



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

KOKOUSPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN

Original Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna

TEKIJÄ: Eeva Sallinen
MRA4SMB

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala			
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma			
Työn tekijä Eeva Sallinen			
Työn nimi Kokouspalveluiden kehittäminen – Original Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna			
Päiväys	18.12.2017	Sivumäärä/Liitteet	48/2
Ohjaaja Merja Vehviläinen			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Original Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna			
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia ja kehittää Savonlinnan Original Sokos Hotel Seurahuoneen kokouspalveluita. Tavoitteena on löytää kehitysideoita asiakkaiden mielipiteitä ja toiveita selvittämällä sekä tulevaisuuden trendejä tutkimalla. Original Sokos Hotel Seurahuone tuottaa palveluita matkailu-, ravintola- ja kokouspalvelualalle. Original Sokos Hotel Seurahuone toimii opinnäytetyöni toimeksiantajana.</p> <p>Aluksi tutustutaan opinnäytetyön toimintaympäristöön ja kohdeyritykseen. Teoreettinen viitekehys koostuu kokouspalvelusta, palvelun arvosta, ennakkoinnista, palvelumuotoilusta ja elämyksellisyydestä. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään tutkimukseen liittyvää tutkimussanastoa, kuten kokous, kokouspalvelut, palvelumuotoilu, arvo ja megatrendi. Teoriapohja perustuu kyseisiä aiheita käsitteleviin teoksiin, artikkeleihin ja Internet-lähteisiin.</p> <p>Tulevaisuuden trendien avulla selvitetään miten kokouspalvelut tulevat muuttumaan ja mitä toimenpiteitä voisi tehdä, jotta kokouspalvelut toimisivat jatkossa entistä paremmin. Seurahuoneelle on suunnitteilla laajempaa uudistusta, joten myös kokoustiloja voitaisiin uudistaa. Tutkimuksessa on haastateltu hotellin tärkeimpiä ja potentiaalisimpia kokousasiakkaita teemahaastattelun avulla saadaksemme tietoa siitä, mitä he odottavat kokouspalveluilta. Haastattelin myös myyntiketjun edustajaa, jonka haastattelu tukee tutkimustuloksia.</p> <p>Tällä hetkellä Original Sokos Hotel Seurahuoneen kokouspalveluiden tilanne vaatii panostusta ja lisää asiakkaita. Asiakastytyväisyys on ollut hyvää, mutta on tärkeää uudistautua ja kehittää palveluita houkuttelevammiksi, jotta potentiaaliset asiakkaat löytäisivät hotellin palvelut. Kokouspalveluiden kehittäminen tulevaisuutta tutkimalla ja asiakkaita kuuntelemalla auttaisi yritystä menestymään entisestään ja takaisi asiakastytyvyyden myös jatkossa.</p>			
Avainsanat Kokouspalvelut, palvelumuotoilu, ennakkointi, elämyksellisyys, palvelun arvo			

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism			
Author Eeva Sallinen			
Title of Thesis Developing meeting services – Original Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna			
Date	18.12.2017	Pages/Appendices	48/2
Supervisor Merja Vehviläinen			
Client Organisation /Partner Original Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis is to develop the meeting services of hotel Original Sokos Hotel Seurahuone. The objective of the thesis is to generate ideas that can be used in a meeting service concept by examining the opinions and the wishes of the customers and by studying the future trends. The commissioner of this thesis is Original Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna which provides services to tourism-, restaurant- and meeting service business.</p> <p>In the beginning the environment and the commissioner are introduced. The theoretical part of the thesis consists of meeting services, the value of the service, foresight, service design and experiential. The vocabulary of the theoretical part of the thesis constitute meeting, meeting services, service design, the value of the service and a megatrend. The theoretical part is based on books, articles and Internet sources dealing with these topics.</p> <p>The studies of the future trends will explain how meeting services will change and what actions can be taken to make the meeting services more effective in the future. The hotel is planned to be renovated so the meeting rooms could be also renewed. I have interviewed the hotel's most important and most potential meeting customers to get information on what they expect from meeting services. I also interviewed a sales chain representative whose interview supports the results of the research.</p> <p>The meeting services in Original Sokos Hotel Seurahuone are mostly in decent shape at present. I found out that the meeting services need more customers and part of the meeting rooms requires renovation. Customer satisfaction has been good, but it's important to develop meeting services more attractive so that the potential customers will use them. Developing meeting services by the future trends would help the company succeed and guarantee the customer satisfaction in the future.</p>			
Keywords Meeting services, service design, foresight, megatrend, the value of the service			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
2	OSUUSKAUPPA SUUR-SAVO	6
2.1	Original Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna	7
2.2	Savonlinnan ja Seurahuoneen historiaa	8
2.3	Seurahuoneen kokoustilat	10
3	KOKOUSPALVELUT JA NIIDEN KEHITYS	14
3.1	Kokouspalvelut	14
3.2	Kokouspalveluiden kehitys	15
3.3	Kokouspaikat	16
3.3.1	Tilojen ominaisuuksia	17
4	ARVOA PALVELUILLA	21
4.1	Palvelut	21
4.2	Palvelun laatu	21
4.3	Palvelun arvo	22
5	TULEVAISUUSAJATTELU	23
5.1	Tulevaisuudentutkimus ja ennakointi	23
5.2	Megatrendit	23
5.3	Elämyksellisyys	25
5.4	Palvelumuotoilu toimintatapana	26
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	28
6.1	Tutkimuskysymykset	28
6.2	Laadullinen tutkimus	28
6.3	Suunnittelu	29
6.4	Haastattelujen toteutus	30
6.5	Tutkimustulokset	31
6.6	Haastattelujen yhteenvedo	37
7	YHTEENVETO	39
8	POHDINTA	41
9	LÄHTEET	42
10	LIITTEET	45

Tutkimuksen tarkoituksena on kehittää Savonlinnan Original Sokos Hotel Seurahuoneen kokouspalveluita asiakkaiden toiveita kuunnellen ja tulevaisuuden trendejä tutkimalla. Original Sokos Hotel Seurahuoneella uudistetaan hotellia, huoneita, aulaa ja mahdollisesti myös kokoustiloja myöten. Tarpeen kokouspalveluiden kehittämiseen sain tietooni syventävän harjoitteluni aikana hotellissa hotellinjohtajalta. Koin aiheen mielenkiintoiseksi ja ajankohtaseksi, koska muun muassa kehittyvä teknologia, uudet toimintatavat sekä trendit luovat uusia tarpeita asiakkaille. Kokoustilojen perinteistä mallia sekä palveluita on muokattava, jotta ne vastaisivat mahdollisimman hyvin kokousasiakkaiden tarpeita myös tulevaisuudessa.

Tutkimuksessani käytän tiedon keräämisen apuna puolistrukturoitua teemahaastattelua. Haastatellen Original Sokos Hotel Seurahuoneen tärkeimpiä ja potentiaalisia kokousasiakkaita saadaksemme tietoa siitä, mitä kokousasiakkaat toivovat ja haluavat kokouspalveluilta tulevaisuudessa.

Koen, että tutkimuksestani on hyötyä Original Sokos Hotel Seurahuoneelle, koska kokouskulttuuri muuttuu ja kongressiala on kasvava. On tärkeää tutkia tulevaisuuden trendejä ja asiakkaiden mielipiteitä, jotta kokouspalvelut pysyvät ajan tasalla ja pystytään valmistautumaan tulevaisuuden kokouspalveluiden vaatimuksiin. Suomi on kasvava kokous- ja kongressimaa, joka oli vuonna 2016 ensimmäisellä sijalla Pohjoismaiden vertailussa (Visit Finland, 2017). Etelä-Savon hotellien työmatkustajien osuudet ovat vaihdelleet hieman vuosien mittaan, mutta viime vuosina osuudet ovat nousseet pikkuhiljaa. Vuonna 2016 Etelä-Savon hotellimatkustajista 32,6 prosenttia oli työmatkustajia, kun esimerkiksi vuotena 2014 osuus oli 29,5 prosenttia. Etelä-Savon alueella vierailee enemmän vapaa-ajanmatkustajia kuin työmatkustajia. (Visit Finland, 2016.) Vapaa-ajanmatkustajia Savonlinnan alueelle vetävät Olavinlinna, joka on kaupungin suosituin matkailukohde sekä jokakesäiset oopperajuhlat. Kaupunki on ainutlaatuinen nähtävyys, jota ympäri vesi lähes joka suunnalta.

2 OSUUSKAUPPA SUUR-SAVO

Osuuskauppa Suur-Savo on yksi S-ryhmän alueosuuskaupoista. S-ryhmä on Suomen ainoa osuuskaupparyhmä. Suur-Savon osuuskauppa on yli 68 000 asiakasomistajan omistama yritys, joka toimii 12 kunnan alueella Etelä-Savossa. Toimialue kattaa Mikkelin, Savonlinnan ja Pieksämäen talousalueet. Osuuskauppatoiminta on saanut alkunsa Etelä-Savossa vuonna 1902 kauppias Aatami Kärnän toimesta. (Osuuskauppa Suur-Savo, 2017.)

Reilun sadan vuoden aikana Suur-Savon Osuuskauppa on kasvanut alueellaan merkittäväksi monitoimialayritykseksi. Nykyään Suur-Savon toiminta kattaa päivittäis- ja erikoistavarakaupan, matkailu- ja ravitsemiskaupan, liikennemyymälä- ja polttonestekaupan sekä autokaupan. Suur-Savo tarjoaa myös S-pankkipalveluita. Osuuskaupan liikevaihto oli vuonna 2016 347,7 miljoonaa euroa ja työntekijöitä osuuskaupalla oli keskimäärin yli 1200. (Osuuskauppa Suur-Savo, 2017.)

Yrityksen toiminta-ajatuksena on tuottaa kilpailukykyisiä palveluja ja etuja asiakasomistajilleen, sekä olla mukana kehittämässä ja tukemassa toimialueensa hyvinvointia. Liiketoiminnasta syntyvän tuloksen osuuskauppa käyttää asiakasomistajien sekä toimialueen hyväksi. Yksi asiakasomistajan merkittävimmistä eduista on bonus eli ostohyvitys, josta voi saada rahaa takaisin jopa viisi prosenttia kuukausittaisten ostojen perusteella. Bonusta kerrytetään S-Etukortilla. (Osuuskauppa Suur-Savo, 2017.)



KUVA 1. Osuuskauppa Suur-Savo -logo.

2.1 Original Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna

Original Sokos Hotel Seurahuone on kaupungin johtava majoitus- ja kokoontumispaikka kaupungin ytimessä Saimaan rannalla. Savonlinnan Seurahuoneesta tuli Original Sokos hotelli vuonna 2012, mutta hotelli omaa silti pitkät perinteet Savonlinnan historiassa. Seurahuone sijaitsee kauppatorin vieressä Saimaan rannalla.

Huoneita hotellissa on 84, mutta erilaisia huonetyyppejä löytyy useita. Valikoimasta löytyy yhden ja kahden hengen standard -luokan huoneita, standard perhehuoneita, kaksi teemahuonetta, kaksi ateljee-sviittiä, joista toinen on saunallinen sekä suuri kuninkaansviitti, jossa on oma sauna sekä erilliset olo- ja makuuhuoneet.

Ravintoloita hotellilla on viisi. Ruokaravintolat Perlina Di Castello ja Majakka sekä yökerho Mefisto ja Night & Bar Tamino palvelevat ympäri vuoden asiakkaitaan. Muikuistaan tunnettu Muikkuterassi avaa ovensa kesäksi.

Kokoustiloja Savonlinnan Seurahuoneella on viisi, ja ne soveltuvat 2-80 henkilön kokouksiin. Ruokailu tai saunominen onnistuu kokoustamisen lomassa. Käytettävissä on nykyaikaiset kokoustilavälineet, langaton nettiyhteys sekä kokousisännän palvelut. (Sokos Hotels, 2017.)

Asiakaspalvelu on Original Sokos Hotellin mukaista eli sydämellistä ja originaalia. Työntekijöiltä odotetaan oman persoonansa esiin tuomista sydämellisessä ja huomioonottavassa asiakaspalvelussa.

Original Sokos Hotel Seurahuone sai Green Key -sertifikaatin vuoden 2017 marraskuussa. Sertifikaatin saanut majoituskohde on sitoutunut majoitustoiminnan ympäristörasituksen pienentämiseen muun muassa henkilöstön ja asiakkaiden ympäristötietoisuuden lisäämisellä ja energian- ja vedenkäytön tehostamisella. (Sokos Hotels, 2017.)



KUVA 2. Original Sokos Hotel Seurahuone -logo.

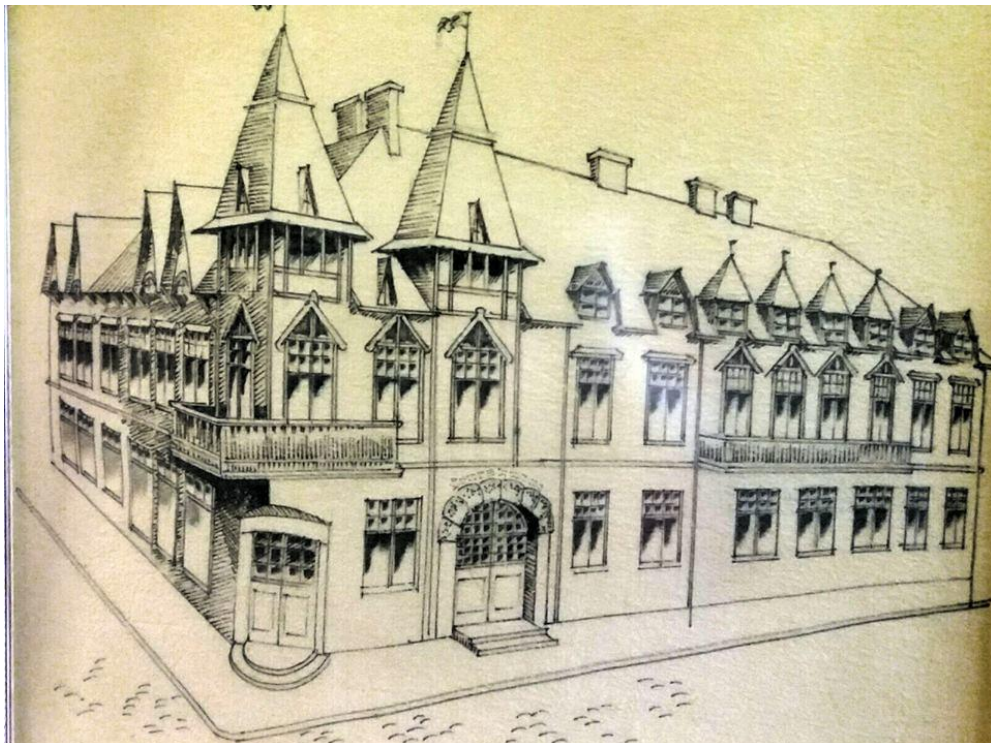
2.2 Savonlinnan ja Seurahuoneen historiaa

Savonlinnan kaupungin perusta alkoi kehittyä vuonna 1475 Eerik Akselinpoika Tottin toimesta, kun hän perusti Olavinlinnan Kyrönsalmen saarelle. Pyhän Olavin linna rakennettiin valtakunnan itärajan suojaksi Ruotsin ja Venäjän rajalle. Linnan viereiselle saarelle alkoi syntyä asutusta, jolle Pietari Brahe antoi kaupunkioikeudet ja perusti Savonlinnan kaupungin vuonna 1639. (Savonlinnan kaupunki, 2017.)

1900-luvun alussa kaupungin kehittyminen voimistui, kun kaupunkiin perustettiin Olavin kylpylaitos ja sahateollisuus aloitti toimintansa. Savonlinnasta tuli Saimaan laivaliikenteen keskus, kun Saimaan kanava aukaistiin ja rautatie valmistui. Matkailu alkoi myös voimistua kaupungissa ensimmäisen maailman sodan aikaan. (Savonlinnan kaupunki, 2017.)

Savonlinnan Seurahuone omaa vahvat perinteet Savonlinnan kaupungissa. Se on toiminut kaupungin asukkaiden kohtaustapaikkana jo iät ajat. Aluperin Seurahuoneen nimellä toiminut hotelli on saanut nykyisen sijaintinsa Kauppatorin kupeessa vuonna 1901. Sitä ennen Seurahuone on ollut Savonlinnan keskustassa monessa eri kohtaa. (Sokos Hotels, 2017.)

Hotelli Seurahuoneen perinteinen puoli valmistui vuonna 1956 tarjoten aluksi majoitusta 17 matkustajahuoneessa sekä 17 piharakennuksen kesähuoneessa. Seurahuoneella oli oma ravintola ja juhlasali näyttämöineen. Kahden tulipalon jälkeen ja hotellin uuden puolen valmistumisen jälkeen vuonna 1989 on päädytty nykyiseen 84 huoneen ja neljän ravintolan määrään. Seurahuoneen katon alla on ollut muun muassa Osuuskaupan toimintaa. (Sokos Hotels, 2017.)



KUVA 3. Piirros Seurahuoneesta 1900-luvun alusta.



KUVA 4. Kuva Seurahuoneesta 1920-luvulta.

2.3 Seurahuoneen kokoustilat

Original Sokos Hotel Seurahuoneella on käytössään viisi kokoustilaa 2-80 henkilön kokouksiin. Seurahuoneen kokoustiloissa on käytettävissä kokoustilavälineistöä, johon kuuluu muun muassa lehtiötaulu, videotykki, valkokangas, muistiinpanolehtiöitä, kyniä ja tusseja sekä langaton nettiyhteys ja kokousisännän palvelut. Hotellilla on kaksi ruokaravintolaa, joten myös ruokailun yhdistäminen kokoustamisen lomaan onnistuu. Myös saunatiloja voidaan varata kokoustamisen oheen. (Sokos Hotels, 2017.) Hotellin aulassa on infokyltti, josta asiakkaat näkevät missä tilassa kokous pidetään. Asiakkaan täytyy kuitenkin kysyä vastaanoton työntekijöiltä missä kokoustila sijaitsee, ellei ole aiemmin siellä vierailut.

Aida

Kokoustila Aida on kooltaan 35m² ja soveltuu 20 henkilön kokouksiin. Pöytämuotona tilassa on diplomaatti. (Sokos Hotels, 2017.) Se sijaitsee hotellin kolmannessa kerroksessa ja tilasta on näkymä takapihalle. Kokoustila sijaitsee hissiä vastapäätä, joten asiakkaat ohjataan hissillä kolmanteen kerrokseen.



KUVA 5. Aida-kabinetti.

Othello

Kokoustila Othello toimii käteväenä syntymäpäiväjuhlien, pikkujoulujen tai perhejuhlien pitopaikkana. Se on kooltaan 115m². Tilassa on mahdollista järjestää istuimet teatteri-, luokka- ja u-pöytämalliin. Henkilöitä tilaan mahtuu 45. (Sokos Hotels, 2017.) Kokoustila sijaitsee hotellin toisessa kerroksessa, jonne pääsee joko hissillä tai suoraan portaita pitkin. Näkymä tilasta on torille.



KUVA 6. Othello-kabinetti.

Saimaa

Kokoustila Saimaa on mainio paikka kokoustamiseen sekä illanistujaisiin. Saimaan yhteydessä on saunatilat, joten asiakkaan on helppo yhdistää saunominen kokoustamisen lomaan noin 20 henkilölle. Pöytämuotona Saimaassa on diplomaatti ja se soveltuu 12 henkilön kokouksiin. Näkymä tilasta on Saimalle. Tila sauna mukaan laskettuna on pinta-alaltaan 79m², pelkkä kokoustila on 28m². Saimaa varataan usein saunatilojen käyttöä varten. (Sokos Hotels, 2017.) Kokoustila sijaitsee hotellin uuden puolen toisessa kerroksessa.



KUVA 7. Saimaa-kabinetti.

Tosca

Kokoustila Tosca on kooltaan 118m² ja soveltuu suuriin tapahtumiin. Tila on mahdollista järjestää teatteri- ja luokkamuotoon. Kokousasiakkaita tilaan mahtuu enintään 65. (Sokos Hotels, 2017.) Käynti kokoustilaan on ruokaravintola Perlina Di Castellon ja tanssiravintola Mefiston kautta.



KUVA 8. Tosca-kabinetti.

Viinikellari

Viinikellari soveltuu mainiosti 20 henkilön kokouksiin tai illanistujaisiin. Se on kooltaan 46m² ja sijaitsee ruokaravintola Perlina Di Castellon alakerrassa. (Sokos Hotels, 2017.)



KUVA 9. Viinikellari.

Muikkuterassi

Seurahuoneen suositulla Muikkuterassilla on mahdollista nauttia kokoustamisen ohella kuuluisista lankkumuikuista. Tilaa Muikkuterassin kabinetissa on 20 henkilölle. Muikkuterassi on avoinna kesäisin. Se sijaitsee Seurahuoneen kuudennessä kerroksessa, jonka korkeudesta avautuu upea näkymä Savonlinnan kesäiseen maisemaan. (Sokos Hotels, 2017.)



KUVA 10. Muikkuterassi.

3 KOKOUSPALVELUT JA NIIDEN KEHITYS

3.1 Kokouspalvelut

Ihmisille on aina ollut luontaista tavata kasvokkain ja keskustella heitä mieltä painavista asioista, mikä on mahdollistanut monien uusien ideoiden syntyminen sekä ongelmien ratkomisen. Tapahtumaa, jossa joukko ihmisiä asettuu saman pöydän ääreen pohtimaan yhteisen asian eteenpäin viemistä, kutsutaan yleisesti kokoukseksi. (Koski & Kortesus, 2012, s. 18.)

Jokaiselle kokoukselle on tavallisesti määritetty aikarajat ja sisältö, joka sisältää kokouksen tavoitteet. Kokous voi kestää puolen tunnin palaverista usean päivän kongressiin, sisältäen erilaisia tapahtumia useissa eri tiloissa tai paikoissa. (Rautiainen & Siiskonen, 2013, s. 14.) Kokouksen järjestämiselle on aina jokin tarkoitus. Kokouksen tarkoituksena voi olla muun muassa ideointi, päätöksenteko, ongelmanratkaisu, tilannekatsaus tai tiedotus. Niille on kehitetty monia erilaisia nimityksiä kokouksen luonteesta riippuen, kuten palaveri, info, työpaja, tapaaminen, ideariihä tai tilannekatsaus. (Koski & Kortesus, 2012, s. 18.) Kokous on lähinnä yleistermi tapahtumalle, johon ihmiset kokoontuvat kommunikoidaan. Kokous- ja kongressialan terminologia vaihtelee maanosittain ja jopa tietyn maan sisällä. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 13.)

Kokouspalvelu muodostuu erilaisista palveluelementeistä, joista saadaan aikaan palveluketju. Kokouspalveluilla ja -järjestelyillä tarkoitetaan siis kokouksen puitteita. Kokousjärjestelyt voivat käsittää sosiaalisen tapahtuman lisäksi myös ruokaa ja juomaa, virkistys- ja oheisohjelmaa, kuljetuksen ja majoituksen. Luonnollisesti kokoukset eroavat toisistaan, koska jokaisella kokouksella on oma sisällönsä sekä järjestelynsä. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 63.)

Kokouksen ydinpalvelu koostuu virallisesta ohjelmasta ja sen arvosta, jonka se luo osallistujille ja taustaorganisaatiolle (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 97). Kokouksen tukipalveluita ovat esimerkiksi ruokailut, taukopalvelut, sopivat tilat, majoituspalvelut sekä oheisohjelma, mitkä ovat usein välttämättömiä ydintuotteen toimivuudelle. Oheisohjelman päätehtävänä on virkistää osallistujia, mutta tarkoituksena voi myös olla verkostoituminen, tutustuminen alueeseen tai ydinviestin syventäminen. Oheisohjelman tulisi myös kuvastaa yrityksen arvoja sekä vahvistaa sen mielikuvaa. (Blinnikka & Kuha, 2004, ss. 97, 102.)

Kokousjärjestelyt voidaan antaa kokonaan tai osittain ammattilaisten hoidettavaksi (Rautiainen & Siiskonen, 2013, s. 54). Monet kongressipalvelutoimistot (Professional Congress Organizer = PCO) tarjoavat ammatillista apua kokousten ja kongressien järjestämiseen korvausta vastaan. Toimistojen tarjoamiin palveluihin voi kuulua esimerkiksi kongressin tai kokouksen projektinhallinta, budjetointi, markkinointi tai oheisohjelman suunnittelu. (Rautiainen & Siiskonen, 2013, ss. 102-103.)

Kokoustarjoilut ovat usein tärkeässä osassa kokouksen onnistumisessa. Tarjoiluja suunniteltaessa ja valmistettaessa on otettava huomioon monia asioita. Kokoustarjoilujen tulisi olla monipuolisia, kevyitä ja vaihtelevia, terveellisyttä unohtamatta. On tärkeää huomioida asiakkaan toiveet koskien ruokaa ja tarjoiluhetkeä sekä tarvittaessa ehdottaa myös muita vaihtoehtoja. Tilaisuudesta täytyy saada perustietoja, jotta ruokaa osataan tehdä oikealle henkilömäärälle, oikeanlaiselle kohderyhmälle ja sopivalle budjetille. (Rautiainen & Siiskonen, 2013, s. 64.) Ruokalajien ja kattauksen ilmeen olisi hyvä olla yrityksen imagon mukaisia. Kansainvälisen kokouksen ruokalistan suunnittelussa on huomioitava eri kulttuurien asettamat vaatimukset. Kuluttajat ovat nykyään entistä tietoisempia ruokatrendeistä, joten myös kokoustarjoilulta odotetaan enemmän. Luovuutta saa käyttää, tarjoilun ei tarvitse olla pelkkä pulla kahvin tai teen kera. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 147.)

3.2 Kokouspalveluiden kehitys

Liikematkustus on yksi matkustushistorian tärkeimmistä motiiveista. Teollistuminen ja yhteiskunta-kehitys ovat luoneet edellytykset liikematkustuksen leviämisen globaaliiksi. Yritysten nopea kansainvälistyminen, uudet liiketoimintamallit ja monet yhteistyökumppanuudet ovat vauhdittaneet liikematkailun kasvua. Vaikka ihmisillä on ollut aina tarve tavata ja vaihtaa ajatuksiaan, varsinainen kokous- ja kongressiala alkoi kehittyä nopeasti vasta 1900-luvulla. Kongressiala on saanut alkunsa Yhdysvalloissa, kun Detroitiin perustettiin ensimmäinen kongressitoimisto (Convention and Visitor Bureau) vuonna 1896. Tämän jälkeen kongressitoimistoja alkoi ilmestyä moniin muihinkin USA:n kaupunkeihin. 1900-luvun puolessa välissä bisnesmatkailu alkoi kasvaa myös Euroopassa. Suomessa kokousmatkailu sai siivet alleen Suomen liittyessä Euroopan unioniin vuonna 1995 (Blinnikka & Kuha, 2004, ss. 16, 18.)

Kokouskulttuurin potentiaalisuuden ja hyötyjen huomaaminen on kehittänyt vauhdilla kongressiteollisuutta. Kansainväliset kokoukset ovat tärkeitä, koska ne tekevät maata tunnetuksi ja houkuttelevat liikematkailijoita, jotka käyttävät keskimääräisesti jopa viisi kertaa enemmän rahaa kuin turisti. (Visit Finland, 2017) Kongressimaan tai -kaupungin titteli vaatii alueen monien eri elinkeinojen hyvinvointia ja kokousmatkailun johdonmukaista kehitystä. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 20.)

Suomessa on vahvaa kongressiosaamista. Vuonna 2016 kaikista Pohjoismaista eniten kansainvälisiä kongresseja järjestettiin Suomessa UIA:n (Union of International Associations) vuosittaisen tilaston mukaan. Suomen vahvuuksia kongressimaana ovat muun muassa maan turvallisuus, vakaus sekä vahva infrastruktuuri. (Visit Finland, 2017.) Suomen kaltaiselle pienelle yhteiskunnalle kongressitoiminnan merkitys on suuri, koska tapahtumien avulla voidaan esitellä maan kulttuuria, luontoa sekä matkailupalvelutarjontaa ulkomaalaisille osallistujille.

Teknologian kehittyminen on luonut edellytykset etäkokouksiin, joissa toisen osapuolen ei tarvitse olla fyysisesti läsnä, vaan hän voi olla, vaikka maan toisella puolella. Teknologian kasvu on herättänyt kysymyksiä face-to-face-kokousten tarpeellisuudesta, mutta ne ovat kuitenkin tehokkaimpia tiedon jakamisen keinoja organisaatiossa. (Blinnikka & Kuha, 2004, ss. 20, 23.)

3.3 Kokouspaikat

Kokouspaikka on osa kokouspalveluja. Oikeanlaisen kokouspaikan valinta kohderyhmälleen luo edellytykset onnistumiseen. Tyypillisiä kokouspaikkoja ovat hotellit, kongressi- ja messukeskukset, laivat sekä risteilyalukset. Tärkeitä kriteerejä kokoustiloja valitessa ovat tilojen muunneltavuus, monipuolisuus ja vaihtelevuus. Kokouksen virallinen ohjelma eli sen ydinpalvelu määrittää sen millainen tilan olisi oltava esimerkiksi tekniseltä varustukseltaan. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 106.)

Toimiva, tarkoitukseen sopiva sekä viihtyisä tilaratkaisu on yksi onnistuneen kokouksen perustekijöistä. Kokouspaikan on myös sovittava tapahtuman teemaan sekä yrityksen imagoon. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 107). Kokoustilojen ulkopuolella olisi tärkeää olla myös suuria tiloja, mitkä mahdollistaisivat mielipiteiden ja kokemusten vaihdon mahdollisilla tauoilla (Shone, 1998, s. 73). Kokouksen prosessikuvauksesta selviää, tarvitaanko mahdollisesti käyttöön useampia erilaisia kokoustiloja, esimerkiksi workshop-tiloja. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 114.) Maija-Liisa Lehtisen ja Monika Lindroosin opinnäytetyössä selvisi, että tärkeimpänä kokouspaikan valintaa ohjaavana tekijänä pidetään yrityksen internet-sivuja, kun aletaan etsiä tietoa tilaisuuden pitopaikasta (Lehtinen & Lindroos, 2009).

Rautiaisen ja Siiskosen (2013) sekä Blinnikan ja Kuhan (2004) mukaan kokouspaikan ja -tilojen valintaan vaikuttavat seuraavat asiat sekä ominaisuudet:

- Sijainti ja liikenneyhteydet
- Tilojen toimivuus, tarkoituksenmukaisuus ja monipuolisuus
 - Ryhmytyötilat ja tilojen muunneltavuus
- Tilojen tekniikka ja kokousvälineet
- Varaamisen helppous
- Henkilökunnan ammattitaitoisuus, palveluvalmius ja kielitaitoisuus
- Lähiympäristön mahdollisuudet oheisohjelman järjestämiseen
- Majoitus- ja ravintolamahdollisuudet
- Näyttelytilojen riittävyys
- Turvallisuus

Hotellit soveltuvat parhaiten pienten kokousten sekä seminaarien järjestämiseen (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 106). Tosin on olemassa yhä enemmän kokous- ja kongressitapahtumiin keskittyviä hotelleja, joissa pystytään järjestämään suuriakin kokouksia. Hotellit voivat hakea luokitusta siihen onko hotelli S (small), M (medium) vai L (large) -tason kokoushotelli. Tietyn tasoisella kokoushotellilla täytyy olla käytettävissään määritetyt kokouspalvelut. (Sokos Hotels, 2015.)

L -tason sekä osaan M-tason Sokos kokoushotelleihin on valmistunut vuoden 2016 mennessä luova huone. Se on tarkoitettu 10-15 hengen aktiiviseen ja monipuoliseen ryhmätyöskentelyyn, joilla halutaan palauttaa ilo kokoustamiseen sekä tapaamisiin. Tilassa ei ole perinteisiä kokouspöytiä, vaan helpommin säädeltäviä ja muunneltavia huonekaluja. Kokoustajat voivat välillä istua pöydän ympärillä tai lattialla tyynyjen päällä tai seisoa, jos siltä tuntuu. Tilassa aktivoidaan osallistujia vuorovaikutukseen ja yhdessä tekemiseen. (Sokos Hotels, 2015.)

Best Western Plus Hotel Haagaan rakennetulla kokousdesign-palvelumallia edustavalla kokoustila ”Griinillä” pyritään juuri aktivoimaan osallistujia. Kokousdesign-palvelumalli koostuu kokoussuunnittelusta, -tuotteista ja -palveluista, käyttökoulutuksesta sekä fasilitoinnista. Griini on toteutettu niin, että siellä pystytään testaamaan erilaisten kokoustyyppien kokouspaketteja. Kokoukset on jaettu kuuteen kokoustyyppiin, joita ovat ideointi, suunnittelu, ongelmanratkaisu, päätöksenteko, esitys ja lanseeraus sekä raportointi ja seuranta. Kokouspalveluihin kuuluu, että palveluntarjoaja valitsee kokoukseen sopivan kalustejärjestyksen, jotta kommunikointi onnistuisi mahdollisimman hyvin. Käytössä on myös Smart Board-älytaulu, jonka mallipohjista valitaan kokoukseen sopiva malli. Mallipohjan tarkoituksena on helpottaa keskittymistä ja auttaa saavuttamaan tavoitteet nopeammin. Lisäksi valitaan terveellinen, energiaa antava ruokatarjoilu sekä käydään läpi tilan tekniset laitteet ja niiden käyttö palveluntarjoajan kanssa. (Koski & Korteso, 2012, ss. 71-73.)

3.3.1 Tilojen ominaisuuksia

Dale Lang (1996) on tutkinut, kuinka opetustila voi vaikuttaa oppimiseen tutkimalla USA:n kouluja. Muun muassa opetustilojen koko, muoto, akustiikka, valaistus, näkymä, lämpötila, materiaalit ja värit sekä teknologia vaikuttavat tilassa viihtyvyyteen ja maksimaalisen oppimisprosessin saavuttamiseen. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 111.)

Tilan koko ja muoto

Kokoustilan koko vaikuttaa luonnollisesti siellä järjestettävien aktiviteettien toimivuuteen. Suurempi tila luo enemmän joustavuutta toimintaan ja lisää aktiviteettimahdollisuuksia. Pienemmässä tilassa taas voidaan saavuttaa intiimimpi yhteenkuuluvuuden tunne. Tilasuunnittelu on tärkeää tilan toimivuuden kannalta. Esimerkiksi suorakulmaisessa tilamuodossa on hyvää se, että se mahdollistaa kaikkien osanottajien näkyvyyden ja katsekontaktit, mikä lisää vuorovaikutteisuutta. Kokoustoimintaa voi vaikeuttaa esimerkiksi ikkunoiden, huonekalujen, kaapistojen tai pylväiden huono sijoittelu, joten on tärkeää ottaa nämä asiat huomioon tilaa suunniteltaessa. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 111.)

Akustiikka ja melun torjunta

Ääni käyttäytyy eri tavalla erilaisilla pintamateriaaleilla ja akustisilla elementeillä. Ääntä voidaan vaimentaa tai sen kantavuutta lisätä tilassa. Onkin tärkeää rakentaa sopiva akustiikka tilan käyttötarkoitukseen nähden. (Akukon Oy, 2017.) Tilan akustiikka syntyy huoneen muodosta, pintojen käsittelystä, materiaalien tiheydestä sekä ilman tiivyydestä. Esimerkiksi ryhmäkeskusteluihin tarkoitetussa huoneessa tilan pintojen tulee imeä enemmän ääntä itseensä, toisin kuin luentoihin tarkoitetussa huoneessa. Kokousprosessia haittaa, jos kuulijat eivät saa kunnolla selvää siitä mitä kukin puhuu. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 111.)

Valaistus

Valon laadulla ja sen värilämpötilalla pystytään vaikuttamaan muun muassa ihmisen vireystilaan. Ihmiset ovat tottuneet elämään auringon rytmissä, joten runsaasti sinistä valoa sisältävällä keinovalolla voidaan luoda virkistävä vaikutus, kun taas punertavalla valolla on todettu olevan unettava vaikutus. Kirkas valo aktivoi lähes välittömästi ja lisää vireyttä, havainnointikyky ja tarkkaavaisuus paranevat sekä mahdollisesti myös päätöksentekokyky nopeutuu. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 112.) Kirkasvalolamppu vaikuttaa silmien kautta käpyrauhaseen, mikä aktivoituessaan piristää kehoa. Merkitystä on kuitenkin valon luksimäärällä eli kirkkaudella (Vanhanen, 2006).

Valaistusta suunniteltaessa on tärkeää ottaa huomioon, ettei synny heijastuksia, varjoja tai muita esteitä, jotka voisivat merkittävästi vaikeuttaa kokoustilannetta. Näihin voidaan vaikuttaa valaistuksen järjestelyllä ja sijainnilla sekä pintamateriaalivalinnoilla. Olisi myös tärkeää, että tilan valaistusta pystyisi säätämään tarvittaessa täydellisestä pimennyksestä kirkkaaseen valoon. (Blinnikka & Kuha, 2004, ss. 112, 116.)

Lämpötila ja ilman vaihto

Tilan lämpötilalla ja ilman vaihdolla on merkitystä ihmisen jaksamiseen, vireystilaan sekä viihtyyteen. Liian lämpimässä tai kylmässä tilassa ei jaksu välttämättä keskittyä kunnolla asiaan, ja monia voi alkaa ahdistaa tunkkainen ilma. Lämmitys- ja jäähdytysjärjestelmien säädeltävyys sekä joustavuus vaikuttavat asiakkaan viihtyvyyteen tilassa, ja olisikin toivottavaa, jos tilan lämpötilaa voisi itse helposti säätää haluamakseen. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 113.)

Tilan lämpötilaan, ilman vaihtoon sekä kosteuteen vaikuttavat muun muassa tilan koko, materiaalit, lasipintojen määrä, lämmitys- ja jäähdytysjärjestelmät sekä paikalla olevat ihmiset ja heidän toimintansa tilassa (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 113).

Kokousvälineistö ja tekniikka

Kokousvälineistöllä on oma osuutensa kokouksen onnistumisessa. Rautiaisen ja Siiskosen (2013) sekä Blinnikan ja Kuhan (2004) mukaan hyvin varustetusta kokoustilasta löytyvät seuraavat välineet ja laitteet:

- valkokangas
- lehtiötaulu
- tietokone ja siihen liittyvät lisälaitteet
- dataprojektori
- videotykki
- TV-järjestelmä
- äänentoistolaitteet sekä langaton ja kiinteä mikrofoni
- videoneuvottelulaitteet
- langaton yhteys

Ihmiset arvostavat entistä enemmän teknologian toimivuutta, sen nopeutta ja monipuolista käyttöä. Yhä enemmän harrastetaan etäkokouksia, joissa kokouksen yksi tai useampi osallistuja voi olla esimerkiksi toisella puolella maapalloa. Kokouksen pitäminen vaatii toimivan internetyhteyden lisäksi toimivat ja nopeat laitteet. Jotta kokoustilan tekniikkaa mahdollisuuksia voitaisiin hyödyntää, niin se vaatii osaavan ja koulutetun henkilöstön. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 116.)

Värit ja pintamateriaalit

Värit herättävät jokaisessa meissä erilaisia aistimuksia. Ne luovat mielikuvia, vaikuttavat viihtyvyyteen, emootioihin ja jopa fyysiseen hyvinvointiin (Arnkil, 2003). Tutkimusten mukaan 25 prosenttia väestöstä tulkitsee ja näkee värit eri tavalla kuin valtaväestö, joten ne ovat todella ristiriitainen tekijä tilan suunnittelussa. Väreillä on jokaisessa kulttuurissa erilaisia historiallisia ja symbolisia merkityksiä. Useimmiten kuitenkin kirkkaat ja vaaleat värit viestivät eteenpäin menemisestä sekä luovat virkeyden tunnetta, kun taas tummat ja haaleat värit luovat päinvastaisia merkityksiä. Pintojen värien ei kuitenkaan tulisi olla niin hallitsevia, että ne veisivät huomion esitykseltä. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 113.)

Pintamateriaaleilla voidaan vaikuttaa mielikuvaan tilan kovuudesta tai pehmyydestä. On esimerkiksi koettu, että sileät pinnat luovat ”karumman” tunnelman tilaan kuin karkeat pinnat. Ulottuvissa olevien pintojen tulisi olla kestäviä tai vaihdettavissa olevia ja helposti puhdistettavia. Tilaa voidaan pirstää erilaisilla väripisteillä ja pintamateriaaleilla. Esimerkiksi värilliset tuolit, puupöytä tai lasipinnat tuovat mielenkiintoa ja viihtyvyyttä tilaan. Helposti väriä tilaan saa myös maalaamalla yhden seinän tilan kalustukseen sopivalla värillä. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 113.)

Kalustus

Kokouksen luonne ja tavoitteet määrittävät tilan kalustusmuodon. Kalustuksen tulisi olla helposti muunneltavissa, koska kalusteita voidaan joutua muuttamaan usein kesken päivänkin asiakkaan toiveiden mukaan. (Rautiainen & Siiskonen, 2013, s. 60.) Pöytämalleja on erilaisia ja ne soveltuvat eri tilanteisiin. Erilaiset istumajärjestelyt tarvitsevat myös eri määrän tilaa. Kalusteiden ergonomiaa ei kannata myöskään unohtaa. (Blinnikka & Kuha, 2004, s. 116.)

Kokouksen luonne ja sen aktiviteetit määrittelevät tilan kalustuksen, mutta nykyään kokousasiakkaat kaipaavat myös rennompaa kalustusta. Jos kokoustila on avoin, ja kaipaa hieman rauhallisempaa keskustelupaikkaa, ovat akustiset huonekalut hyvä ratkaisu tilaan. Ne imevät tilan ääntä itseensä ja pitävät sen matalana sekä luovat yksityisyyttä. (Evavaara Design, 2017.)

4 ARVOA PALVELUILLA

4.1 Palvelut

Palvelutapahtumassa on aina kyse asiakkaan auttamisesta ja hänen tarpeistaan. Palvelut ovat pääosin aineettomia ja niistä asiakkaalle jää ennemminkin tuntemus. Se on toimintaa, jota kulutetaan samanaikaisesti kuin sitä tuotetaan. Esimerkiksi asiakkaan tervehtiminen, hymyily ja työsuoritukset palvelun aikana ovat toimintaa. Asiakas osallistuu myös itsekin palvelutilanteeseen ja jokainen kokee palvelutapahtuman eri tavoin. Palvelun omistusoikeus on myös häilyvä, koska palvelu on yleensä aineeton. Nämä mainitut piirteet pätevät lähes kaikessa palvelussa. (Eräsalo, 2011, ss. 12-13.)

4.2 Palvelun laatu

Palvelun laadun mittaa aina asiakas, joten lähtökohtana ovat asiakkaan odotukset tilanteesta. Palvelu koetaan hyväksi, kun asiakkaan kokemukset vastaavat hänen odotuksiaan. Jos odotukset ylittään, palvelu voidaan kokea erinomaiseksi. (Pakkanen;Korkeamäki;& Kiiras, 2009, s. 47.)

Asiakkaan palvelukokemus jaetaan kahteen osaan, tekniseen ja toiminnalliseen osaan. Tekninen laatu osoittaa tuotteen laadun, se keskittyy palveluympäristöön ja sen toimivuuteen. Kaikki mitä asiakas kohtaa yritykseen tullessaan on teknistä laatua, kuten siisteys, opasteet, kalusteet sekä työntekijöiden tiedot, taidot, osaaminen ja asiantuntemus. (Pakkanen;Korkeamäki;& Kiiras, 2009, s. 47.)

Toiminnallinen laatu käsittelee palvelutapahtumia, kohtaamisia, vuorovaikutusta ja ilmapiiriä. Se siis osoittaa, miten asiakas saa palvelun ja kuinka hän sen kokee. Työntekijöiden asiakaspalvelutaidot, itsetunto, ammattilypeys, käytös, aktiivisuus, vuorovaikutus sekä muut asiakkaat ja heidän toimintansa vaikuttavat toiminnalliseen laatuun. (Pakkanen;Korkeamäki;& Kiiras, 2009, s. 47.)

Jos tuote on teknisesti hyvä, mutta palvelutilanne ja kohtaaminen asiakaspalvelijan kanssa jättävät parantamisen varaa, asiakas ei ole täysin tyytyväinen. Jos asiakaspalvelija aistii asiakkaan tunnelmat, voi hän kuitenkin vielä pelastaa tilanteen, jotta lopputuloksena olisi tyytyväinen asiakas. (Eräsalo, 2011, ss. 17-18.)

Asiakkaan laatukokemukseen vaikuttaa myös palveluyrityksen imago tai mielikuva jostakin yrityksen toimipisteestä. Asiakas tarkastelee palvelukokemustaan usein mielikuvan kautta. Jos mielikuva on jo valmiiksi positiivinen, antaa asiakas helpommin anteeksi pienet hairahdukset. Palvelun laatukokemukseen vaikuttaa aina asiakaspalvelija. Henkilökohtainen palvelu vaikuttaa merkittävästi asiakkaan laatukokemukseen. Henkilökohtaisuus syntyy asiakaspalvelijan omistautumisesta, keskittyminen juuri kyseiseen asiakkaaseen ja kyseiseen tilanteeseen luo asiakkaalle arvoa. (Eräsalo, 2011, ss. 20-21.)

4.3 Palvelun arvo

Asiakaskeskeisyys yrityksen arvona on siis avain hyvään asiakaspalveluun. Asiakaslähtöisessä palvelukulttuurissa hyvä asiakaspalvelu on asiakaspalvelijan toimintaa asiakkaan hyväksi. (Aarnikoivu, 2005, ss. 16, 29.) Palveluyrityksen tärkein tehtävä on luoda asiakkaalle arvoa. Arvot ohjaavat ihmisen ajattelua ja toimintaa. Ne heijastavat käsityksiä oikeasta ja väärästä, tavoittelemisen arvoisista ja kartettavista asioista. Arvot antavat ihmisen toiminnalle suunnan ja tavoitteen. Arvo ilmaisee jotakin sellaista, jota ihminen pitää tavoittelemisen arvoisena. (Eräsalo, 2011, s. 36.)

Palvelun arvon tulisi olla niin suuri, että asiakkaat haluavat maksaa palvelusta. Arvolla tarkoitetaan koettavaa hyödyllisyyttä. Arvo koostuu tiivistettynä hyödyn ja hinnan välisestä suhteesta, jossa hinnalla tarkoitetaan asiakkaan kokemaa vaivaa palvelun eteen. Arvon muodostumiseen vaikuttavat myös muut elementit kuin pelkkä hinta. Palvelun tai tuotteen brändi, helppokäyttöisyys, muotoilu tai muut ominaisuudet vaikuttavat arvon muodotumiseen. (Tuulaniemi, 2011, ss. 30, 34-35.) Asiakkaalle tuottaa arvoa myös se, että palvelu on räätälöity juuri hänelle sopivaksi (Korkman & Arantola, 2009, s. 21).

Yrityksen antaman arvolupauksen perusteella asiakas saa palvelusta ensivaikutelman. Arvolupauksella kerrotaan asiakkaalle mitä hänelle tarjotaan sekä pyritään samalla saamaan asiakkaan kiinnostus tarjottavaa tuotetta tai palvelua kohtaan. Asiakas luo samalla omat odotuksensa palvelun laadusta ja saamastaan arvosta. Palvelun käytettyään asiakas vertailee odotuksiaan toteutuneeseen palveluun ja määrittelee todellisen saamansa arvon. Asiakkaan saama arvo näkyy yritykselle muun muassa siinä, kuinka usein asiakas käyttää yrityksen palveluita ja kuinka paljon rahaa hän kuluttaa niihin. (Tuulaniemi, 2011, s. 33.)

5 TULEVAISUUSAJATTELU

5.1 Tulevaisuudentutkimus ja ennakointi

Kokouspalvelukonseptin halutaan vastaavan asiakkaiden tarpeisiin tulevaisuudessa, joten onkin osattava kehittää palveluita sen mukaan, millaisia tarpeita kokousasiakkailta on tulevaisuudessa.

Tulevaisuudentutkimuksella pyritään ymmärtämään tulevaa kehitystä nykyisyydessä. Tulevaisuudentutkimus tuo esille, mikä on mahdollista, mikä on todennäköistä sekä mikä on toivottavaa ja mikä ei. Tavoitteena on vaikuttaa yleisen ajattelun ja arvojen kautta päätöksentekoon, jotta toivottavimman mahdollisen tulevaisuuden toteutuminen olisi mahdollista. (Turun yliopisto, 2017.)

Tulevaisuutta voidaan ennustaa, mutta ennustusten toteutumista ei pystytä takaamaan 100 % varmuudella. Ennakoinnilla tarkoitetaan tulevaisuudentutkimuksen käyttämistä apuna visioiden luomisessa sekä päätöksenteossa. Ennakoinnilla tutkitaan asioiden muuttumista. Siihen kuuluu menneisyyden, nykyisyyden ja tulevaisuuden tietojen tutkiminen, joiden perusteella luodaan kuva mahdollisesta tulevaisuudesta. (Hiltunen, 2012, ss. 24, 44.)

5.2 Megatrendit

Trendit ovat yhteiskunnallisia muutoksia ja suuntauksia, joiden oletetaan jatkuvan pitkään. Ne ovat siis suurille massoille levinneitä uusia tapoja ja innovaatioita. Trendien jatkuvuus ei ole varmaa, mutta jos trendi säilyy pitkään ja se leviää valtavirralla, siitä syntyy megatrendi. (Hiltunen, 2012, ss. 94, 99.)

Megatrendit ovat pitkäkestoisia muutoksia, jotka eivät ole syntyneet hetkessä. Megatrendit kehittyvät yleensä pitkällä aikavälillä ja ne saavat usein laajan ulottuvuuden sekä vaikuttavat moniin erilaisiin asioihin. Ne voivat johtaa ajattelutapojen muutokseen tai saada aikaan jonkin asian uudelleen-tarkastelua ja johtaa yleiseen muutokseen esimerkiksi politiikan tai jonkin ammattialan saralla. Megatrendit ovat kansainvälisiä ja läsnä kaikilla elämän osa-alueilla. Ne ovat vakaita ja kestävät yleensä väliaikaiset takaiskut. (German Convention Bureau, 2011.)

Kokouspalveluihin vaikuttavia megatrendejä on useita. German Convention Bureau (GCB) on julkaissut tutkimuksen ”Meetings and Conventions 2030: A study of megatrends shaping our industry” (2013), jossa keskitytään kokous- ja kongressialan megatrendeihin. GCB on saksalainen yritys, joka tarjoaa palveluita kokouksia, konferensseja ja muita tapahtumia varten. Heiltä saa apua muun muassa tapahtumapaikan valinnassa, oikeiden toimittajien valitsemisessa ja järjestelyissä.

Myös ISS Group yhdessä Copenhagen Institute for Futures Studies (CIFS) on julkaissut tutkimuksen ”ISS 2020 Vision, Scenarios for the future of the Global Facility Management Industry”, jossa käsitellään megatrendejä. ISS Group on yksi mailman johtavaista palvelualan yrityksistä. (ISS World Services, 2011.) Copenhagen Institute for Futures Studies on yritys, joka on erikoistunut tulevaisuuden ennakkointiin (Copenhagen Institute for Futures Studies, 2006).

Lisäksi Elina Hiltusen teoksessa ”Matkaopas tulevaisuuteen” käsitellään tulevaisuuden ennakkointia ja megatrendejä (Hiltunen, 2012, s. 1).

Vertailin kyseisten julkaisujen megatrendejä ja selvisi, että megatrendejä on useita. Kuitenkin tietyt trendit nousivat esille useammin. Kokouskulttuuriin vaikuttavia megatrendejä tulevat olemaan muun muassa globalisaatio, teknologia, kaupungistuminen, väestön rakenne, kulutuksen muutos sekä ilmastoston muutos.

Globalisaation ja kansainvälistymisen merkitys tulee näkymään tulevaisuudessa kaikessa. Eri maat ovat tekemisissä toistensa kanssa yhä enemmän, kun ihmiset, tieto, pääoma, tuotteet, palvelut ja teknologia liikkuvat maiden välillä. Globalisaatio tuo mukanaan muun muassa uusia markkina-alueita sekä uusia kilpailijoita palvelualalle. Varsinkin Aasian ja Afrikan nousu tulee luultavasti vaikuttamaan palvelualan toimintaan. Lisäksi kokouksissa ja konferensseissa täytyy ottaa tulevaisuudessa vielä tarkemmin huomioon erilaisia kulttuurisia ja uskonnollisia tapoja. (ISS World Services, 2011.)

Teknologian kehitys on vauhdittanut kansainvälistymistä, ja sen kehitys tulee olemaan myös yksi merkittävimmistä asioista kongressialalla. Virtuaaliset kokoukset ja konferenssit yleistyvät, mikä näin ollen mahdollistaa useampien ihmisten osallistumisen erilaisiin tapahtumiin ympäri maailmaa. Erilaisen applikaatioiden ja pilvipalveluiden yleistyminen helpottavat datan ja muun informaation jakamista kokousten osallistujien kesken. Kun kokoustaminen onnistuu tulevaisuudessa myös omalta työpis- teeltä, tuo teknologian kehitys haasteita yrityksille, jotka tarjoavat kokouspalveluita. (German Convention Bureau, 2011.) Uutta kokoustekniikkavälineistöä löytyy jo esimerkiksi kokousdesign- konseptia hyödyntävästä kokoustila Griinistä, jossa on käytössä interaktiivinen Smart Board- esitystaulu, jonka avulla koitetaan saada osallistujat ylös tuoleistaan. Smart Boardin avulla jokainen voi kommentoida käsiteltävää asiaa tekemällä merkintöjä taululla näkyvään materiaaliin. Materiaali merkintöineen voidaan tallentaa ja lähettää jokaiselle, vaikka heti kokouksen jälkeen. Esitystauluun saa yhteyden myös mobiililaitteiden kautta, joka mahdollistaa myös esimerkiksi myöhässä olijoiden osallistumisen. Tilassa on käytössä myös Cison videoneuvottelulaite, joka mahdollistaa kätevästi kaukana asuvien kokoustajien osallistumisen kokoukseen. (Koski & Korteso, 2012, s. 71.)

Kaupungistuminen on nousussa ja yhä useammat muuttavat kaupunkialueille. Kaupungistumisella on varmasti vaikutuksia muun muassa kulttuuriin sekä asumismuotoihin, kun erilaiset ihmiset muuttavat asumaan samoille alueille. Kaupungeissa kysyntä erilaisille palveluille voi myös kasvaa kaupungistumisen myötä. (Copenhagen Institute for Futures Studies, 2006.)

Väestön rakenne kokee tulevaisuudessa muutoksia. Vanhemmat ikäluokat kasvavat ja väestö vähenee. Samalla kuitenkin koko maailman väestö kasvaa edelleen. Sukupuoliroolit tulevat muuttumaan, kun esimerkiksi feminismi lisää suosiotaan. Väestön vaurastuminen ja yksilöllistäminen vaikuttavat ennen kaikkea palveluihin, joita tullaan tarjoamaan yhä useammin räätälöitynä lisäkorvausta vastaan. (German Convention Bureau, 2011.) Väestön vaurastuminen johtaa luonnollisesti kulutuksen kasvuun. Myös kulutusmuodoissa tullaan näkemään muutoksia, kun uusia keinoja kulutukseen on löydettävä resurssien vähenemisen takia. (Hiltunen, 2012, s. 85.)

Ilmaston muutoksella ja resurssien vähenemisellä on vääjäämättömiä vaikutuksia koko maailmaan ja luonnollisesti myös kokouspalveluun. Kestävän kehityksen megatrendi on ollut pinnalla jo pitkään ja vaikuttaa yhä edelleen. Ilmastonmuutos aiheuttaa ongelmia, kuten lämpötilan nousun sekä päästörajoituksia, joihin yritysten täytyy sopeutua parhaimmalla mahdollisella tavalla. (German Convention Bureau, 2011.)

5.3 Elämyksellisyys

Elämystalouden vaikutukset alkavat näkyä yhä enemmän kokouspalveluiden tuotannossa. Kokouspalveluista halutaan elämyksiä muun muassa oheishjelman avulla. Elämystaloudella kuvataan aineettoman pääoman roolin kasvua, mikä tarkoittaa käytännössä sitä, että tavanomaiselle tuotteelle luodaan lisäarvoa tekemällä sen käyttämisestä elämys (Tilastokeskus, 2007).

Yhdysvaltalainen kirjailija ja liikkeenjohdon konsultti Joseph Pine korostaa, että elämyksellisyys on yhä määräävämpi tekijä kuluttajien ostopäätöksissä (Pine, 2013). Elämyksellisyys- tai kokemuksellisuus -sanojen käyttö luo mielikuvia tunteita herättävästä kokemuksesta, joka eroaa tavallisesta arjesta ja luo näin mielenkiintoa. Elämyksellisyys on moniaistillista ja sitä kuvataan usein tunteiden ja aistien kautta. Lisäämällä palveluihin elämyksellisiä elementtejä saadaan niistä muistettavia, erilaisia ja aistittavia. Elämysajattelu painottaa vahvasti yksilöllisyyttä ja personoinnin tarvetta, mikä kuvastaa samalla myös aikakauttamme. (Korkman & Arantola, 2009, ss. 18, 21.)

Grigori Tchabanin opinnäytetyössä, ”Miten elämyksellinen kokoustila luodaan?” on tutkittu kokousasiakkaiden toiveita ja kehityskohteita elämyksellisen kokoustilan aikaansaamiseksi. Tulevaisuudessa kokousten toivotaan olevan epämuodollisempia tilaisuuksia, jotta mahdollisimman moni osallistuja uskaltaisi tuoda omia mielipiteitään esille. Kokoustilojen odotetaan olevan miellyttäviä, viihtyisiä, innostavia ja innovatiivisia. Kaikki kokoukseen liittyvä halutaan mahdollisimman valmiina ja toivottavaa on, että kaikki palvelut löytyisivät saman katon alta. Tutkimuksen mukaan tekniikan toimivuus ja helppokäyttöisyys koetaan olennaiseksi osaksi tulevaisuuden unelmakokousta. Kokouksilta toivotaan interaktiivisuutta ja verkostoitumismahdollisuuksia. Kuluttajat arvostavat yksilöllisyyttä ja huomiota. Palvelutuotteen yksilöiminen käyttäjäkohtaisesti tuottaa elämyksellistä lisäarvoa. (Tchaban, 2012.)

5.4 Palvelumuotoilu toimintatapana

Elämystalouteen liittyä palvelumuotoilun kehittyminen. Palvelumuotoilulle ei ole olemassa yksiselitteistä määritelmää. Tuulaniemen (2011) mukaan se tarkoittaa prosessia, jolla kehitetään jo olemassa olevia palveluita tai luodaan täysin uusia palveluita. Se on palveluiden innovointia, niiden kehittämistä ja suunnittelua muotoilun keinoin. Sen avulla yhdistetään palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet sekä kuluttajien tarpeet ja odotukset toimiviksi palveluiksi. (Tuulaniemi, 2011, ss. 24-25, 58.) Moritzin (2005) mukaan palvelumuotoilu on menetelmä, jolla innovoidaan ja kehitetään palveluita. Palvelumuotoilun keinoilla palveluista saataisiin käytännöllisempiä, tehokkaampia sekä kiinnostavampia (Moritz, 2005).

Palvelumuotoilussa on tärkeää ymmärtää palvelun tuottama arvo asiakkaalle, koska palvelumuotoilun keskiossa on asiakas. Palveluita tuotetaan, koska halutaan vastata asiakkaan tarpeisiin ja luodaan tälle arvoa, jotta asiakas saadaan käyttämään palveluita uudestaan. Jokaisen yrityksen tavoitteena on olla taloudellisesti kannattava ja tämän mahdollistavat asiakkaat, jotka käyttävät yrityksen palveluita, joten on tärkeää tiedostaa asiakkaiden tarpeet. (Tuulaniemi, 2011, s. 30.)

Palvelumuotoiluprosessi etenee vaiheittain. Koko prosessi jaetaan pienempiin osakokonaisuuksiin, ja jokaiselle kokonaisuudelle asetetaan omat tavoitteet. Jokaiselle vaiheelle valitaan menetelmä, jolla tavoite saavutetaan. (Moritz, 2005, s. 125.) Kokonaisuus pidetään kuitenkin mielessä koko prosessin ajan, vaikka palvelu jaetaan pienempiin osa-alueisiin. Pienet osa-alueet puretaan vielä yksittäisiksi elementeiksi, jotta mahdollistetaan pienimpienkin osakokonaisuuksien kehittäminen palvelukokemuksessa. Tuulaniemen (2011) palvelumuotoiluprosessi on jaettu viiteen vaiheeseen, joita ovat määrittely, tutkimus, palvelutuotanto ja arviointi. Prosessiin kannattaa ottaa mukaan asiakas, jotta asiakkaan tarpeet saadaan huomioitua kaikkein parhaiten. Moritzin (2005) palvelumuotoilumalli eroaa hieman Tuulaniemen mallista. Hänen mallinsa on jaettu kuuteen osioon, joita ovat ymmärrä-, pohdi-, kehitä-, seulo-, selitä- ja toteuta-vaiheet.

Vaikka palvelumuotoiluprosessit on jaoteltu erilaisiin osioihin, niin sisällöt ovat samankaltaisia. Alkuvaiheessa keskitytään palvelun kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen ja aiheesta kerätään mahdollisimman paljon tietoa. Tietoa saadaan esimerkiksi havainnoimalla, haastattelemalla, tutkimalla kirjallisuutta tai benchmarkingilla eli vertailuanalyysillä. Seuraavaksi kerätty tieto käydään läpi, rajataan palvelumuotoiluprojektin viitekehys ja asetetaan tarkat tavoitteet projektille. Kun osa-alueet on määritetty, aletaan kehittää jo olemassaolevaa palvelua tai luodaan uutta. Ideoinnin menetelmäksi soveltuu esimerkiksi brainstorming, josta valitaan parhaimmat ideat ja kehitetään niitä eteenpäin. Ideoista muodostetaan konsepteja, joille määritellään asiakasryhmät. Uusia konsepteja testataan esimerkiksi lavastamalla palvelutilanteita. Testattuja ideoita on tärkeä arvioida ja kehittää niitä tuloksien pohjalta. Konseptia kehitellään niin pitkälle, että lopulta saadaan aikaan valmis palvelutuote, joka tuodaan markkinoille ja otetaan käyttöön. Uutta palvelua arvioidaan käytännössä ja mahdollisia epäkohtia kehitellään edelleen. Palvelumuotoilu onkin jatkuva prosessi, jolla varmistetaan, että palvelutuote on ajan tasalla.

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

6.1 Tutkimuskysymykset

Olen määrittänyt opinnäytetyön tutkimusongelmiksi

1. Millaisia kehityskohteita Seurahuoneen kokouspalveluista löytyy?
2. Millainen on hyvä kokous ja kokoustila?
3. Mitä tulevaisuuden kokouspalvelut vaativat?

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää mitä kokouspalvelun osia Original Sokos Hotel Seurahuoneella tulisi kehittää, jotta ne vastaavat mahdollisimman hyvin nykypäivän kokouspalveluja ja mitä asioita kannattaa ottaa huomioon tulevaisuuden kokouspalveluja ajatellen. Haastateltavien toiveiden ja ajatusten sekä teorian pohjalta on pyritty saada selville, millainen on hyvä kokous ja kokoustila. Trendejä tutkimalla on saatu tietoa niistä asioista, jotka tulevat vaikuttamaan kokouspalveluihin tulevaisuudessa.

6.2 Laadullinen tutkimus

Tutkimus on laadullinen eli kvalitatiivinen. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on saada selville tutkittavien näkemykset tutkittavasta ilmiöstä ja sen avulla voidaan lisätä ymmärrystä tutkittavasta asiasta. Teoreettisen viitekehyksen merkitys laadullisessa tutkimuksessa on tärkeä. Tutkijan oma käsitys ja mielikuva tutkittavasta ilmiöstä sekä valitut tutkimusmenetelmät muovaavat tutkimustuloksia. Koska tutkija päättää tutkimusasetelmasta oman ymmärryksensä varassa, saatu tieto ei ole täysin objektiivista ja teorian tärkeys korostuu tutkimuksen lähtökohtana. (Sarajärvi & Tuomi, 2009, ss. 18-19.)

6.3 Suunnittelu

Opinnäytteen tarkoituksena on kartoittaa Seurahuoneen kokouspalvelujen nykytilanne ja selvittää niiden kehityskohteet. Hotelliin on tulossa uudistusta. Haastatteluun kutsuttiin Original Sokos Hotel Seurahuoneen tärkeimpiä sekä potentiaalisimpia kokousasiakkaita kesäkuun alussa sekä syyskuussa tutustumaan Seurahuoneen kokoustiloihin ja keskustelemaan kokouspalveluiden nykytilanteesta, ja siitä mitä ihmiset toivovat ja haluavat palveluilta sekä tiloilta.

Opinnäytetyön teorian pohjalta kehitettiin teemahaastattelupohja, joka käytäisiin kokousasiakkaiden kanssa keskustellen läpi. Teemahaastattelussa eli puolistrukturoidussa haastattelussa korostuvat ihmisten tulkinnat asioista ja heidän niille antamat merkitykset sekä miten kyseiset merkitykset ovat syntyneet vuorovaikutuksessa. Haastattelussa edetään keskeisten etukäteen valittujen teemojen ja niihin liittyvien tarkentavien kysymysten varassa. (Sarajärvi & Tuomi, 2009, s. 75.)

Teemahaastattelun teemoiksi valittiin asiakaspalvelu, kokoustilojen sekä välineistön vaatimukset, kokoustarjoilu sekä perustietoa haastateltavan edustaman yrityksen toiminnasta, koosta ja ulkoisten kokouspalvelujen tarpeesta, sekä millainen on unelmien kokous. Haastattelupohjassa oli myös mat-riisikysymyksiä numeroituna yhdestä viiteen liittyen kokousjärjestelyjen ja asiakaspalvelun toimivuuteen sekä kokoustilan ilmeeseen ja välineistöön. Myös erilaisista kokoustiloista kerättiin kuvia 20 kappaletta, jotka näytettäisiin haastateltaville tablet-tietokoneella. He saisivat kommentoida kuvia, jos jotakin niistä tulee mieleen.

Original Sokos Hotel Seurahuoneen myyntipäällikkö Jaana Konsti auttoi valitsemaan tärkeimpiä ja potentiaalisimpia kokousasiakkaita haastatteluun ja otti heihin yhteyttä. Laadin pienen ohjeistuksen Konstille, jotta on helpompi kertoa asiakkaille mistä tilaisuudessa on kyse.

Tilaisuudessa myös markkinoitaisiin ja esiteltäisiin Seurahuoneen kokous- sekä majoituspalveluja hotellinjohtaja Kari Hännisen tai myyntipäällikkö Jaana Konstin toimesta. Tapahtuma olisi kestoltaan noin tunnin mittainen ja avustaan osallistujat saavat majoituslahjakortin. Haastattelut äänitettäisiin puhelimella asianomaisten suostumuksella tarkempaa tutkimusta varten ja tekisin jokaisesta haastattelusta koosteen.

6.4 Haastattelujen toteutus

Haastatteluun kutsuttiin kolmen eri yrityksen edustajia. Haastateltavat ovat henkilöitä, jotka yleensä järjestävät kokouksia yrityksessään sekä ovat osallisena niissä. Haastattelin myös Sokos Hotelsin valtakunnallisen myyntipalvelun työntekijää puhelimitse, koska hänellä on vahva näkemys siitä, mitä asiakkaat haluavat ja toivovat kokouksilta.

Haastattelut toteutuivat aamiaisen tai kahvikupposen äärellä luoden rennon tunnelman heti alkuun. Tilaisuudessa oli minun ja haastateltavien lisäksi joko hotellinjohtaja Hänninen tai myyntipäällikkö Konsti. Aluksi asiakkaille esiteltiin mistä tilaisuudessa on kyse. Teemahaastattelun osiot käytiin keskustellen läpi niin, että pohjaa ei noudatettu kovinkaan tiukasti, vaan keskustelu sai edetä omalla painollaan. Välillä tein täydentäviä välikysymyksiä keskusteltavaan aihealueeseen liittyen, jotta saisimme mahdollisimman paljon tietoa. Haastattelun lomassa haastateltaville näytettiin kuvia erilaisista kokoustiloista, joita sai kommentoida. Jälkeenpäin tulin siihen tulokseen, että kuvia olisi pitänyt olla ehkä vähemmän, mutta kuitenkin muutama kokoustilakuva kiinnitti haastateltavien mielenkiinnon. Haastattelun lopuksi Hänninen tai Konsti esitteli hieman hotellia, sen kokoustiloja ja uusittuja huoneita. Kierroksen jälkeen haastateltaville annettiin majoituslahjakortti kiitokseksi avusta. Haastattelun tallennettiin puhelimella haastateltavien suostumuksella.

Puhelinhaastattelua varten muokkasin teemahaastattelupohjasta sopivan version myyntipalvelun edustajalle. Kävimme kysymykseni läpi puhelimitse ja jäimme välillä keskustelemaan jostakin tietystä aiheesta.

6.5 Tutkimustulokset

Osalla haastatteluun kutsutuista yritysten edustajista oli tarvetta ulkoisille kokouspalveluille. Haastattelussa nousi esille aika paljon samoja piirteitä, mitä kokouspalveluilta sekä -tiloilta halutaan ja toivotaan. Myyntiketjun edustajan haastattelu vahvisti entisestään sitä, mitä kokousasiakkaat toivovat ja haluavat tilaisuudelta.

Haastattelu 1

Yritys käyttää ulkopuolisia kokouspalveluja joitakin kymmeniä vuodessa Savonlinnan alueella. Omien kokoustilojen koko sekä oheishjelman rajallisuus ajavat kokoustamaan muualle, mutta kuitenkin Savonlinnan Seurahuoneella yrityksellä on ollut enemmän majoitusvarauksia kuin kokousvarauksia. Yrityksen edustajat käyttävät ulkopuolisia kokouspalveluja lähinnä siis silloin, kun tarvitaan iso tila isolle joukolle ja elämyksellinen oheishjelma.

Yrityksellä on Savonlinnan alueella paljon koulutuksia ja asiakastapaamisia, joihin kuuluu usein oheishjelmaa. Savonlinnassa järjestetään paljon kokouksia tärkeille asiakkaille ja muun muassa tehtaanjohtajille. Tärkeimissä asiakastapaamisissa ohessa täytyy olla jotain muutakin, koska halutaan tarjota asiakkaalle parasta. Yrityksellä on vahva ero siinä, koskeeko tapaaminen talon sisäistä vai ulkoista henkilöä. Joskus kokoustajilla on mukanaan puoliset, joille on yleensä järjestetty muuta toimintaa kokoustamisen ajaksi.

Oheishjelmanä on ollut muun muassa cocktailtilaisuuksia, risteilyjä ja saunomista ja kesäisin myös Oopperajuhlilla käyntiä. Toiveena olisi myös uintimahdollisuus esimerkiksi saunalautan muodossa. Seurahuoneella heillä on ollut jonkin verran saunavarauksia sekä pöytävarauksia Perlina Di Castelloon. Klassista luokkamuototyyppistä kokousta ilman oheishjelmaa ei toivota. Haastateltavat pitävät tärkeänä sitä, että kaikki palvelut löytyvät saman katon alta.

Tärkeää on miltä tila näyttää, sen ei pidä olla tunkkainen, eikä sellainen, että tulee tunne, että ”äh täällä pitää olla koko päivä”. Tilan tulisi olla tilava, kaunis ja raikas, minkä saisi myös somistettua tarvittaessa haluamallaan tavalla, varsinkin jos kyseessä on cocktailtilaisuus. Heidän mukaansa koko kaupungista ei löydy sellaista tilaa. Luonnonvalo tilassa on myös tärkeää. Tärkeintä kuitenkin on, että tila on puhdas ja raikas, eikä siellä ole raskasta puupintaa tai kokolattiamattoa, koska ”ihmiset ovat nykyään aika allergisia”. Kasveja tilassa voi olla, jos ne sopivat tilan muuhun ilmeeseen. Tilassa halutaan olevan klassista visuaalista tekniikkaa eli videotykki, joka toimii sekä valkokangas powerpoint-esityksiä varten. Mitään ”tekniikkahifistelyä” ei ainakaan vielä tarvitse.

Kuitenkin cocktailtilaisuutta ajatellen, toiveena on tila, jossa ei ole ”kaiken maailman videotykkeitä”, mutta tietysti pöydät ja tuolit löytyvät. Tilassa olisi hienoa olla myös jokin ”wow-elementti”, joka herättää ihastusta ja mielenkiintoa.

Yrityksellä ei ole ollut tarvetta järjestää Savonlinnassa kokousta, jossa on ison tilan lisäksi pienempiä tiloja, koska sellaisia kokouksia on lähinnä pääkaupunkiseudulla. Savonlinnan toimipaikasta löytyy pieniä tiloja, jos tarvitsee järjestää kokous, jossa tarvitaan ryhmätyöskentelytiloja. Pienryhmätyöskentely on innovatiivista toimintaa. Luoville huoneille ei ole käyttöä ollut vielä Savonlinnassa. Tilojen tulisi olla kuitenkin helposti muunneltavia.

Kokoustarjoilu on tärkeässä roolissa ja se koetaan yhtenä vetävänä tekijänä. Se vaikuttaa kokouspaikan valintaan, esimerkiksi jos huonoa palautetta tulee tietystä paikasta, niin yleensä kyseistä paikkaa ei valita uudestaan kokouspaikaksi. Tarjoilun täytyy olla monipuolista ja kaikille sopivaa eli erikoisruokavaliot on huomioitu. Yleensä toiveena on jotain suolasta ja makeaa pientä purtavaa. Pienempiin kokouksiin halutaan ehdotuksia tarjoiluvaihtoehtoista, mutta isompiin tapahtumiin valitaan yleensä vain jokin kokousbuffet ajan säästämiseksi muuhun suunnitteluun. Tärkeisiin asiakastapaamisiin valitaan tarjoilu hyvin tarkasti, koska halutaan parasta asiakkaalle. Kokoustajien palaute koskee yleensä ruokaa.

Palvelu Seurahuoneella on yrityksen edustajien mukaan ”toiminut hyvin ja palvelu on ystävällistä”. Yrityksen asiakkaat ja yhteistyökumppanit tulevat mielellään Seurahuoneelle hyvän asiakaspalvelun vuoksi. Tärkeää on henkilökunnan apu tarvittaessa. Yhtiön edustajien kokemusten perusteella kokousvarauksen hoitaminen yhden asiakaspalvelijan kanssa on paras vaihtoehto sekä sähköpostivastaus usein puhelinkeskustelua parempi. Näin muistaa paremmin mitä sovittu, näkee keskustelunkulun ja molemmilla osapuolilla on selkeä viimeinen versio. On myös tärkeää, että jokainen vaihe kokouksessa ja oheisohjelmassa on suunniteltu hyvin etukäteen, jotta tilaisuus onnistuu vaivatta ja aikataulun mukaisesti.

Haastattelu 2

Haastattelemini henkilöiden edustama yritys on alallaan suuri. Yrityksellä on paljon yrityksen ulkopuolisia kokouksia, koska halutaan pois työympäristöstä sekä halutaan muuta tekemistä kokouksien lomaksi. Se koetaan hyväksi henkilökunnalle, ihmiset asennoituvat ja valmistautuvat kokoukseen paremmin. Myös omien kokoustilojen ja tarjoilun puute ajaa muualle kokoustamaan. Heillä on ollut kokouksia muun muassa Seurahuoneella ja Porosalmella. Yrityksellä on helposti satoja kokouksia vuodessa, sisäiset kokoukset mukaan laskettuna.

Koulutuksia järjestetään paljon henkilöstölle ja esimiehille, jotka sisältävät muun muassa kiertäviä työpajapisteitä. Usein tarve on isolle tilalle sekä ryhmätyötiloille. Edustajat kuvailevat yritystä Suomen edelläkävijäksi kokoustamiskulttuurin suhteen, joten koulutukset vaativat hyvät kokouksetilat. Syväjohtamisen ihmiset ovat kuulemma ”hurjaa ja kokeilevaista porukkaa”, joten heidän kokouksissaan voisi hyödyntää luovia huoneita enemmänkin. Luova huone oli toiminut kokouksessa Sokos Hotel Saimaassa.

Yrityksellä on myös paljon etäkokouksia, joten videoneuvottelutekniikan täytyy olla toimivaa. On myös huomattu, että tekstichatin olemassaolo varsinkin etäkokouksessa on hyvä asia. Kokoustajat pystyvät kommentoimaan ja kirjoittamaan kysymyksiä chatin kautta.

Kokoustamisen lomassa on usein muutakin ohjelmaa, ja yrityksessä järjestetään työhyvinvointitoimintaa. Oheisohjelmaksi on muun muassa ollut risteilyjä ja pikkujouluja. Ennen kokousta on yleensä rentoa tutustumista ja verkostoitumista. Yrityksellä on ollut usein juhlia ja muistamisia Perlina Di Castellon viinikellarissa.

Kokouksissa on tärkeää levollisuus, luonnonvalo ja siisteys. Materiaalit vaikuttavat, eikä tilassa haluta olevan perinteisiä kolisevia tuolia. Olisi mukavaa, jos tilassa olisi jotain pientä ekstraa, kuten esimerkiksi tilaan sopiva taideteos. Fläppitaulujen suosio on usein yllättänyt ja tilassa toiveena on seinä, johon voi kirjoittaa sekä kiinnittää lappuja. Yrityksellä on kuulemma käytössään huonetta kiertävä aikajana, joka sisältää kuvia ja muistoja vuosien varrelta.

Tilassa olisi mukavaa esimerkiksi tauko-jumppaohjeistus tai musiikkimahdollisuus taukojen ajaksi. Siellä voisi olla saatavilla kuntoiluvälineitä, kuten jumppakeppejä tai stressipalloja, joita voisi käyttää virkistytymiseen ja rentoutumiseen tauoilla. Lämmönsäätömahdollisuus on tärkeä asia kokoustajien jaksamisen puolesta.

Kokoustarjoilun täytyy olla monipuolista, terveellistä ja sen mukaista mitä edustetaan. Toiveena on aina kokojyvätuotteita ja hedelmiä. Tarjoilun halutaan olevan virkistävää. Toivotaan, että tarjoiluun on käytetty ammattitaitoa, koska kattaus ja ulkonäkö vaikuttavat tunnelmaan.

Seurahuoneen henkilökunnan kanssa on ollut helppo asioida, koska henkilökunta on tuttua. Varaustilanne on sujunut hyvin. Ensivaikutelma on tärkeää ja muun muassa parkkipaikan tervetulo-toivotus on ollut mainitsemisen arvoinen piristys. Hotelli on haastateltavien mielestä hyvällä paikalla ja omaa hienot näkymät. Haastattelun aikana tuli puhetta myös Olavinlinnan hyödyntämisestä kokoustamisessa, ja esimerkiksi siellä järjestetyt keskiaikapidot sopisivat mainiosti oheisohjelmaksi.

Palautetta haastateltaville tulee yleensä tilan toimivuudesta ja tarjoilusta. Johtajat ovat nuoria ja liikkuvat paljon, joten he osaavat vaatia enemmän ja palaute tulee heti. Muun muassa tekniikan täytyy olla toimivaa, koska kokoustajilla on usein omat koneet mukana ja kun ruoka on hyvää, jää tilaisuudesta parempi mielikuva.

Haastattelu 3

Yrityksen edustajat kertoivat, että käyttöä yrityksen ulkopuolisille kokouspalveluille ei juurikaan ole, koska omat tilat löytyvät. Myös ajan ja rahan säästämisen takia mahdollisimman paljon kokouksia pidetään yrityksen sisällä, sekä on myös todettu, että ihmiset eivät ”katoa” tilaisuudesta muualle. Kokouksia on joka päivä ja ne pidetään yleensä tietyssä kokoustilassa. Haastateltavat toteavat, että kokoustaminen välillä jossain muualla olisi kuitenkin virkistävämpää ja motivoivampaa.

Kokoukset ovat yleensä neuvotteluja, tapaamisia ja koulutuksia. Yrittäjien kanssa on usein lounasta-paamisia tai tapaaminen pidetään yrittäjän toimipaikassa. Oheisohjelmaa ei juurikaan ole. Tyypillisin kokous on sellainen, että kaikilla osallistujilla on mukanaan omat tabletit tai laptop-koneet ja video-tykillä heijastetaan esitys pyörimään. Atk-tuen saatavuus tarvittaessa on tärkeää, jotta kokous sujuisi hyvin.

Yrityksellä on käytössään muun muassa tilava valtuustosali, jossa tekniikka on ”viimeisen päälle”, muita pienempiä kokoustiloja sekä pari modernimpaa edustustilaa, joissa kokous ei tunnu kokoukselta. Muissa kokoustiloissa on perusvarustelu ja valkeat seinät.

Haastateltavien mukaan ”huoneen sisustus on kaiken a ja o”. Ei haluta pelkkiä valkoisia seiniä vaan esimerkiksi maisemaseinä olisi parempi ratkaisu. Tilassa olisi hyvä olla mukavat istuimet ja mielenkiintoa tilaan lisäisivät esimerkiksi design-tuolit. Tilassa voisi olla myös viherkasvi ja peilejä luomassa mielenkiintoa. Matot ovat myös oiva lisä, jos ne tilaan sopivat, mutta ehdoton ei kokolattiamatoille. Luonnonvalo ja sopiva lämpötila ovat tärkeitä jaksamisen puolesta. Ryhmätyötiloille on yrityksessä käyttöä, mutta vielä ei koeta, että oltaisiin valmiita luoville huoneille.

Kokoustarjoilu on yleensä pientä suolaista ja makeaa sormiruokaa, ja ne tulevat usein talon sisältä. Tarjoilussa voisi kuitenkin olla enemmän vaihtuvuutta ja uusia ideoita. Paikallisten tuotteiden käyttö koetaan olevan hyvä asia.

Vierailimme haastateltavien kanssa kokoustila Toscassa ja heidän mielestään se kaipaa raikkaampaa ja valoisampaa ilmettä. Tila on kuitenkin hyvän kokoinen ja mahdollisuuksia on moneen.

Haastattelu 4: Sokos Hotels -ketjumyynnin edustaja

Haastatteleman ketjumyynnin edustaja toimii pääyhteyshenkilönä kokousasiakkaille ja hän on vastuussa kokous- ja tapahtumavarauksista. Hän tekee valtakunnallisia sopimuksia esimerkiksi liittojen kanssa sekä tapaa asiakkaita ja muun muassa kiertelee heidän kanssaan sopivia tiloja läpi. Hän saa paljon tarjouspyyntöjä, joita antaa myyntipalvelushenkilöstölle hoidettavaksi.

Tilaisuuksia on laidasta laitaan. Haastateltava on vastuussa muun muassa liittokokouksista, vuosijuhlilla, symposiumeista, koulutuksista ja juhlatilaisuuksista.

Tilaisuuden tavoite ja luonne määrittävät tilan ja sen tarpeet. Haastateltava on kuitenkin huomannut yhtäläisyyksiä, joita monet asiakkaat toivovat kokoustiloilta ja -välineistöltä. Tilojen ja kokousvälineistön toivottuja elementtejä ovat muun muassa tilan raikkaus ja monipuolisuus. Sen halutaan sopivan tarkoitukseen. Luonnonvalo on tärkeää, joten halutaan ikkunallisia tiloja sekä sopivan lämpötilan säätömahdollisuus olisi hyvä. Mukavuus on tärkeää, joten tuolienkin olisi hyvä olla sellaiset. Kokolettiämättöä ei toivota olevan tilassa. Tekniikan ja yhteyden halutaan toimivan sekä pistokkeita olevan tarpeeksi ja helposti saatavilla.

Ryhmätyö- ja workshoptilojen määrä on kasvussa sekä luovia huoneita varataan yhä enemmän. Arvostetaan sitä, jos kaikki palvelut löytyvät saman katon alta tai lyhyiden välimatkojen päästä. Toivotaan, että tilaan on helppo kulku, opasteet löytyvät ja henkilökunta on auttavaista.

Kokoustarjoilun toivotaan olevan raikasta, terveellistä ja monipuolista sekä erikoisruokavaliot otettu huomioon. Lounaan toivotaan olevan yleensä noin 30 minuuttia.

Hotellin palvelun todetaan olevan ehdottomasti ”ykkösjuttu”, jolla saa kanta-asiakkaita. Asiakkaille on tärkeää, että kokoushenkilö on tavoitettavissa ja henkilökunta huolehtii kokousjärjestelyjen onnistumisesta. On tärkeää, että asiakaspolku on toimiva ja sovitut asiat, kuten tauot ja ruokailu, ovat tiettyyn aikaan. Jos tapahtuu jotain odottamatonta, niin tärkeää on asian hoito mahdollisimman nopeasti. ”Piste ii:n päälle” olisi jokin pieni yllätys, jota ei ole sovittu etukäteen, kuten jouluaikaan tauolla yllätysglöggit tai paljon kierteleville koulutuspäälliköille esimerkiksi hotellissa huoneluokankorotus tai hotellin tervehdys.

Haastateltava on saanut yleensä hyvää palautetta koskien palvelua ja koko prosessia, kokoustarjoilua sekä tilojen toimivuutta. Huonoa palautetta on tullut muun muassa erikoisruokavalioiden unohtamisesta, kahvin loppumisesta kesken tai ruoka ei ole täyttänyt odotuksia. Myös henkilökunnan kiinnisaaminen on ollut joskus vaikeaa, yhteyksien toimivuus ei ole onnistunut ja remontin äänet ovat kuuluneet tilaisuuden aikana kokoustilaan. Tällaiset asiat tulisi miettiä ja testata etukäteen häiriöiden minimoimiseksi.

6.6 Haastattelujen yhteenveto

Yleisesti kokouspalveluiden järjestämisen toivotaan olevan helppoa ja toimivaa sekä mieluusti saman asiakaspalvelijan kanssa tapahtuvaa kanssakäymistä aiheesta. Kaikki toiveet ja ajatukset pyrittäisiin toteuttamaan asiakkaan mukaan, mutta tarvittaessa on hyvä olla saatavilla apua kokousjärjestelyjen suunnitteluun ja toteutukseen. On tärkeää määrittää tilaisuuden tavoite ja luonne, koska ne määrittävät tilan ja sen tarpeet.

Kanssakäyminen esimerkiksi sähköpostitse on kätevää suunniteltaessa kokousjärjestelyjä, jotta näkee mistä on puhuttu ja mitä on sovittu. On myös helppo palata asian pariin, varsinkin jos kokousjärjestelyt on aloitettu hyvissä ajoin. On myös hyvä, jos kaikki palvelut löytyvät saman katon alta. Silloin ei tarvitse lähteä poukkoilemaan muualle, varsinkin jos ei tunne paikkakuntaa eivätkä ihmiset katoa muualle tilaisuudesta.

Kokouspaikalle saavuttaessa ystävällinen vastaanotto on tärkeää sekä kokousjärjestäjälle että kokousvieraille. Seurahuoneella on ollut tapana laittaa ”Tervetulloo!” -toivotus autopaikan varanneille ja moni kokousasiakkaista on kuulemma tästä ilostunut ja maininnut asiasta kokousisännälle. Hyvät opasteet ja auttava henkilökunta ovat tärkeitä. Seurahuoneella asiakaspalvelu on ollut kaikkien haastateltavien mukaan kaikin puolin oikein hyvää. Asiakaspalvelun toimivuus on tärkeää kaikkien osapuolien kannalta. Oheisohjelma voi olla joskus tärkeä osa kokoustamista ja olisikin hyvä, jos kokouspaikka pystyisi järjestämään jotain ohjelmaa. Kokoustilaisuuden ja oheisohjelman jokainen vaihe kannattaa suunnitella hyvin etukäteen kokousisännän ja asiakkaan kanssa, jotta tilaisuus onnistuu vaivatta ja aikataulun mukaisesti.

Kokouksen luonne täytyy olla huomioitu kokoustilaa valitessa. Halutaan, että tila on tarkoitukseen kelvollinen, se on sopivan kokoinen, kaikki tarvittava välineistö löytyy tilasta ja tekniikka on toimivaa. Lähes jokaisessa yrityksessä on tullut joskus tarve yhteen suureen kokoustilaan sekä yhteen tai useampaan pienenpään ryhmätyöskentelytilaan, joten näiden tilojen saatavuus kannattaa ottaa huomioon.

Keskustelimme haastateltavien kanssa luovien huoneiden tarpeesta, mutta suurimmaksi osaksi ne koettiin ainakin vielä tarpeettomina yrityksen kokouksia ajatellen. Kuitenkin erään haastattelemani yrityksen edustajat kertoivat olevansa kiinnostuneita kokeilemaan ja käyttämään niitä. Haastateltavat kokivat, että luovan huoneen käyttäjä olisi kokeilevainen, rento ja nuorehko henkilö. Luova huone koettiin positiiviseksi asiaksi, mutta vielä on epävarmuutta siitä, osaisiko tilaa hyödyntää oikealla tavalla.

Useimpien haastateltavien mielestä ainakin vielä klassinen visuaalinen tekniikka eli laptop-tietokone ja videotykki on riittävä heidän edustamansa yrityksen tämän päivän kokoustamiseen. Osa oli huomannut tablet-tietokoneiden käytön yleistyneen kokouksissa perinteisen laptop-tietokoneen sijaan. Lähes kaikissa yrityksissä järjestetään jonkin verran etäkokouksia, joten etäkokousmahdollisuuden järjestäminen täytyisi onnistua tarvittaessa kokouspaikalla. Tekniikan ja yhteyden toimivuus kannattaa aina varmistaa ennen asiakasta sekä pistokkeita olisi hyvä olla tilassa tarpeeksi ja helposti saatavilla.

Kokoustilan tulisi olla ilmeeltään raikas, valoisa ja tarkoitukseen sopiva. Tilassa ei kuitenkaan toivota olevan pelkkiä valkoisia seiniä, vaan jotain erikoista luomassa tilaan mielenkiintoa. Mukavat tuolit liisäisivät mielekkyyttä. Luonnonvalo koettiin tärkeäksi elementiksi tilassa ja lämpötilaan vaikuttaminen olisi hyvä asia. Tilassa ei toivota olevan koolattiamattoa, koska ne eivät kaikille sovi allergisista syistä. Taukojumppavideot ja -välineet sekä musiikkimahdollisuus koettiin hyväksi ajatukseksi kokoustamisen lomaan. Tilassa olisi hyvä olla saatavilla fläppitauluja. Luonnollisesti tilan halutaan olevan myös puhdas ja siisti.

Kokoustarjoilun toivotaan olevan yleisesti terveellistä ja monipuolista. On tärkeää, että erikoisruokavaliot on huomioitu. Tarjoilun ulkonäköön on toivottavaa kiinnittää huomiota ja lähiruoan käyttäminen koetaan positiiviseksi. Usein tarjoilun halutaan olevan ”suolaista ja makeaa pientä purtavaa.”

Original Sokos Hotel Seurahuoneen kokouspalvelut ovat suhteellisen hyvällä mallilla. Asiakaspalvelu ja palvelun laatu vaikuttavat vahvasti asiakkaan kokemaan arvoon. Seurahuoneella palvelu toimii hyvin ja asiakaspalvelijat osaavat työnsä myyntipalvelussa, vastaanotossa ja ravintolassa. Asiakkaiden saama arvo on näkynyt muun muassa siinä, että asiakkaat ovat käyttäneet yrityksen palveluita uudestaan. Asiakkaiden odotukset ylittävällä palvelulla voisi kuitenkin saada vielä tyytyväisempiä asiakkaita.

Seurahuoneella on kokoustiloja hyvä määrä, mutta osa niistä kuitenkin kaipaa päivittämistä ja ilmeen raikastusta. Väestön rakenteen muuttuessa myös sukupolvet vaihtuvat nostaen uusia ajatuksia ja tapoja ilmoille. Tulevaisuudessa johtajina tulee varmasti olemaan enemmän nuoria, jotka ovat kiinnostuneet kokeilemaan ja käyttämään yrityksessään uusia kokoustekniikoita, uutta teknologiaa ja uusia innovaatioita. Jo tällä hetkellä ryhmätyötiloja kaivataan yhä enemmän ja uskon, että tulevaisuudessa myös luovien tilojen käyttäjät varmasti lisääntyvät.

Olisikin kannattavaa satsata tilojen uudistamiseen ja ryhmätyötilojen lisäämiseen hotellissa. Seurahuoneen kokoustilojen käyttöaste ei ole kovin suuri, joten uudistuksen myötä olisikin ehkä kannattavampaa muuttaa jokin tai jotkin nykyisistä kokoustiloista luovaksi huoneeksi ja ryhmätyötiloiksi. Toisaalta jos kysyntää on enemmän pelkille kokoustiloille ja niiden määrää vähennetään, niin kaikille ei välttämättä löydy sopivaa tilaa.

Vielä ole varmaa, mitä kaupungistumisen yleistyminen tuo mukanaan Savonlinnan alueelle. Tällä hetkellä tilanne näyttää hieman synkältä asukasmäärän muutoksen osalta opettajakoulutuksen loppumisen vuoksi Savonlinnassa, mutta tulevaisuudessa voi olla, että Savonlinnaan voisi muuttaa asukkaita enemmän pienemmiltä paikkakunnilta. Tällöin myös potentiaalisten asiakkaiden määrä nousisi.

Teemahaastattelussa selvisi, että kokoustajat eivät kaipaa tiloihin mitään erikoistekniikkaa, mutta tilojen tulisi olla raikkaita, siistejä ja monipuolisia. Teknologia kuitenkin kehittyy huimaa vauhtia ja voi olla, että parin vuoden päästä kokoustilatekniikalta vaaditaan jo paljon enemmän. Onkin siis syytä tarkastella teknologian uusia innovaatioita, ja mahdollisuuksien mukaan jo varautua ennakolta uusiin trendeihin. Esimerkiksi kokoustila Griinissä käytössä ollut interaktiivinen Smart Board-esitystaulu on koettu hyödylliseksi käyttäjien keskuudessa. Etäkokoukset lisääntyvät tulevaisuudessa, joten videoneuvottelulaitteetkin luultavasti kehittyvät entisestään. On tärkeää, että kokouspaikoilla on ajan tasalla olevat laitteet ja välineet.

Vaikuttaa siltä, että vaalea värimaailma tilassa on turvallisin vaihtoehto, jotta se miellyttäisi enemmistöä. Silti tilaan toivotaan jotain erikoista elementtiä, jotta tila ei olisi tylsä. Pieniin asioihin kannattaa kiinnittää myös huomiota, esimerkiksi tuolit, hyvä ilmanvaihto sekä luonnovalo vaikuttavat varmasti asiakkaiden mielentilaan ja viihtyvyyteen. Voidaan myös miettiä, voisivatko kuntoiluvälineet tilassa lisätä asiakkaiden hyvinvointia. Tilojen miellyttävyydellä ja toimivuudella on osansa siinä, käyttääkö asiakas kokoustiloja uudelleen.

Ilmastomuutos vaikuttaa vääjäämättömästi myös kokoupalveluiden toimintaan. Seurahuone on kuitenkin hyvällä polulla ympäristön suojelussa, koska hotelli on saavuttanut itselleen Green Key-sertifikaatin, jonka sitouttaa henkilöstön sekä asiakkaat vähentämään ympäristörasitusta. Esimerkiksi kokoustarjoiluja suunniteltaessa on tärkeää, että tiedetään tarkasti osallistujien määrä, jotta tarjoilu- ja tehdään sopiva määrä, eikä hävikkiä juurikaan synny.

Kokoustarjoilulla on selkeästi iso rooli kokouksen onnistumisessa. Kokoustarjoilun monipuolisuuteen, terveellisuuteen ja ulkonäköön täytyy kiinnittää yhä enemmän huomiota. Nykyään on paljon ruoka-aineallergioita, jotka asettavat haasteita ravintolan työntekijöille. Myyntipalvelun henkilökunnan onkin tärkeää selvittää ajoissa mahdolliset ruoka-aineallergiat ja ilmoittaa näistä ravintolalle. Lähiruoan käyttäminen tarjoiluissa vähentää muun muassa ympäristörasitusta ja luo positiivisen kuvan yrityksen toiminnasta.

Kansainvälisyyden merkitys tulee luultavasti näkymään voimakkaampana ajan kuluessa kokouspalveluissa. Kokouksissa täytyy ottaa tulevaisuudessa vielä tarkemmin huomioon erilaisia kulttuurisia ja uskonnollisia tapoja. Kansainvälistymisen myötä myös ruokakulttuuri ja kokoustarjoilut muuttuvat ja kehittyvät.

Kokoustamisen lomaan kaivataan usein oheisohjelmaa. Halutaan elämyksiä, jotka herättävät tunteita ja jäävät mieleen. Seurahuoneella on tällä hetkellä tarjota kokoustamisen ohessa ruokailua ja saunomista sekä kesäisin on mahdollista käydä risteilemässä. Voidaan pohtia, olisiko mahdollista kehittää oheispalvelua ja esimerkiksi tehdä enemmän yhteistyötä risteilyaluksien tai Olavinlinnan kanssa kokouspalveluihin liittyen, jotta niihin saataisiin enemmän elämyksellisyyttä.

Palvelumuotoilun käyttäminen palveluiden kehittämisessä lisääntyy tulevaisuudessa entisestään. Palvelumuotoilun keinoin saataisiin palveluista entistä tehokkaampia ja asiakkaille arvoa tuottavia kokemuksia, joten palvelumuotoilun hyödyntämisestä voisi olla hyötyä Seurahuoneelle. Näiden keinojen avulla voitaisiin taata yrityksen menestyminen sekä asiakastyytyväisyys myös jatkossa.

Opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoista, mutta osittain haastavaa. Alkuun pääseminen oli hie-
man vaikeaa, koska selkeän tutkimusongelman ja teoriapohjan löytyminen vei aikaa. Opinnäytetyön
aiheeni koski aluksi pelkkiä kokoustiloja, mutta tutkimus muuttuikin koskemaan koko kokouspalvelu-
ja, jolloin täytyi uudelleen miettiä mitä asioita työssä käsitellään.

Aikaa kului myös päätettäessä, mitä tutkimusmenetelmää olisi järkevintä käyttää tutkimuksessa, jot-
ta saataisiin asiakkaiden mielipiteitä ja toiveita esille. Tutkimuksessa päätettiin käyttää teemahaas-
tattelua. Aluksi ajatuksena oli järjestää asiakaspaja, johon olisi yhdistetty ryhmätyöskentelyä ja eri-
laisia kiertäviä pisteitä eri kokouspalveluteemoihin liittyen saaden tietoisia ja epätietoisia ajatuksia
kokouspalveluista esille. Tulimme kuitenkin siihen tulokseen toimeksiantajan kanssa, että aikataulu-
jen yhteen sovittaminen olisi ollut sen verran hankalaa, että ideasta luovuttiin. Lisäksi teemahaastat-
telun avulla saisimme enemmän asiakkaista irti ja konkreettista tietoa, siitä mitä toiveita ja vaati-
muksia heillä on kokouspalveluja kohtaan. Asiakaspajan riskejä olisi ollut, että asiakkaista ei saataisi
välttämättä irti sitä mitä toivoimme ja tarkastelu olisi jäänyt hyvin pintapuoliseksi.

Laadin teorian pohjalta teemahaastattelun, joka oli tarkoitus käydä haastateltavien kanssa läpi kes-
kustellen. Jälkeenpäin pohdin, että haastattelupohja olisi voinut olla mietitympi. Se olisi voinut sisäl-
tää vain avoimia kysymyksiä kokouspalveluista tai matriisikysymykset olisi täytynyt muotoilla eri ta-
valla. Matriisin käyttäminen haastattelussa ei ollut toimiva, se olisi toiminut kyselyssä paremmin. Kui-
tenkin pohjassa oli riittävästi avoimia kysymyksiä, joiden avulla saatiin tietoa irti haastateltavista ja
matriisin asiat käytiin läpi keskustellen.

Haastattelutilanteet onnistuivat hyvin ja äänityksen vuoksi ne oli helppo purkaa tarkasti. Mietin olisi-
ko haastateltavia pitänyt olla enemmän kuin neljästä eri yrityksestä, jotta haastattelutulokset olisivat
olleet luotettavammat. Kuitenkin samoja piirteitä nousi jo näissä haastatteluissa paljon esille, joten
ehkä lisähaastattelut olisivat vain vahvistaneet saatuja tuloksia. Lisäksi myyntiketjun edustajan haas-
tattelu vahvisti haastattelutuloksia entisestään.

Koin opinnäytetyön tekemisen opettavaiseksi kokemukseksi. Työtä tehdessä tutuksi tuli muun muas-
sa aiheen rajaaminen, lähteiden etsiminen ja oikeiden hakusanojen käyttäminen, teemahaastattelun
tekeminen ja sen toteuttaminen. Koin aiheen mielenkiintoiseksi ja tarpeelliseksi.

Eniten aikaa opinnäytetyössä vei teorian etsiminen ja kirjoittaminen sekä haastattelujen purkaminen.
Tarpeeksi monipuolisen lähdeaineiston löytäminen oli haastavaa. Teoriaosuuden olisi voinut pohtia
vielä tarkemmin aiheeseen sopivaksi. Tutkimusmenetelmäksi valitsin laadullisen tutkimusmenetel-
män, jonka valinta tähän tutkimukseen oli mielestäni sopiva ja onnistunut.

Jatkotutkimusaiheena voisi olla esimerkiksi päivitettyjen kokoustilojen toimivuuden selvittäminen
asiakastyytyväisyyskyselyn tai teemahaastattelun keinoin, jos kokoustiloja päätetään uudistaa.

9 LÄHTEET

- Aarnikoivu, Henrietta. (2005). *Onnistu asiakaspalvelussa*. Juva: WSOY.
- Akukon Oy. (2017). *Akustiikka*. Haettu 20.4.2017 osoitteesta https://www.akukon.fi/fi/Akustiikka?gclid=CjwKEAajw_bHHBRD4qbKukMiVgU0SJADr08ZZLfoLu4xhyAPOjwRuwIqrMK8LPR8FERk7VRU1RFvnQBoCSgHw_wcB
- Arnkil, Harald. (12.6.2003). *Suomen väriyhdistys. Harald Arnkil: Energiaa vai mielikuvia – kuinka värit vaikuttavat?* Haettu 20.4.2017 osoitteesta <http://www.svy.fi/energiaa-vai-mielikuvia/>
- Blinnikka, Petra & Kuha, Maisa. (2004). *Ideasta kokoukseksi - Asiakaslähtöisten kokousten ja kongressien järjestäminen*. (E. Ijäs, Toim.) Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Copenhagen Institute for Futures Studies. (2006). Haettu 12.12.2017 osoitteesta <http://cifs.dk/>
- Dockweiler, Scott. (2017). *The Muse: Tools and Skills. How Much Time Do We Spend in Meetings?*. Haettu 12. 8 2017 osoitteesta <https://www.themuse.com/advice/how-much-time-do-we-spend-in-meetings-hint-its-scary>
- Eräsalo, Ulla. (2011). *Palvelu ammattina*. Vantaa: Restamark Oy.
- Evavaara Design. (2017). *Evavaara Design. Silence*. Haettu 12.8.2017 osoitteesta <http://www.evavaaradesign.com/silence/>
- German Convention Bureau. (2011). Haettu 8.11.2017 osoitteesta <https://gcb.de/trends-inspiration/meetings-and-conventions-2030.html>
- Hiltunen, Elina. (2012). *Matkaopas tulevaisuuteen*. Helsinki: Talentum.
- ISS World Services. (2011). Haettu 8.11.2017 osoitteesta <https://www.issworld.com/press/news/2011/11/11/iss-presents-2020-vision-for-the-future-of-fm>
- Korkman, Oskar & Arantola, Heli. (2009). *Arki: Eväitä uuteen asiakaslähtöisyyteen*. Juva: WSOY.
- Koski, Reetta & Korteso, Katleena. (2012). *Kokousten seitsemän kuolemansyntiä - paranna palaveriasi*. Helsinki: Talentum.
- Lehtinen, Maija-Liisa & Lindroos, Monika. (2009). *Kokous- ja tapahtumajärjestäjien toiveet ja odotukset : Case Porvoo Tours Oy:n PremiumVisit -asiakkaat*. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Haettu 12.12.2017 osoitteesta <http://theseus.fi/handle/10024/3124>
- Moritz, Stefan. (2005). *Service Design. Practical approach to an evolving field*. Haettu 16.8.2017 osoitteesta http://stefan-moritz.com/_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf
- Osuuskauppa Suur-Savo. (2017). *Osuuskauppa Suur-Savo*. Haettu 9.4.2017 osoitteesta <https://www.s-kanava.fi/web/suur-savo/etusivu>
- Pakkanen, Riitta, Korkeamäki, Anne & Kiiras, Hanna. (2009). *Palvelun taitajaksi*. Helsinki: WSOY.
- Pine, Joseph. (Esiintyjä). (21.11.2013). *Profiting from experiences - Joe Pine*. Haettu 8.5.2017 osoitteesta <https://www.youtube.com/watch?v=MV19mK-tOKs>
- Rautiainen, Mirja & Siiskonen, Mika. (2013). *Kokous- ja kongressipalvelut*. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Sarajärvi, Anneli & Tuomi, Jouni. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Savonlinnan kaupunki. (2017). *Savonlinna-tietoa. Historia*. Haettu 13.12.2017 osoitteesta <https://www.savonlinna.fi/savonlinna-tietoa/historiaa>

- Shone, Anton. (1998). *The business of conferences - A hospitality sector overview for the UK & Ireland*. Oxford: Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
- Sokos Hotels. (6.11.2015). *Sokos Hotels: Luova huone -materiaali*. Sokos Hotels.
- Sokos Hotels*. (2017). Haettu 7.4.2017 osoitteesta Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna:
<https://www.sokoshotels.fi/fi/savonlinna/sokos-hotel-seurahuone-savonlinna>
- Sokos Hotels. (2017). Pöytä on katettu isoilla ideoilla - Tervetuloa kokoustamaan Etelä-Savoon! -esite.
- Tchaban, Grigori. (2012). *Miten elämyksellinen kokoustila luodaan?* HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Haettu 8.5.2017 osoitteesta <http://theseus.fi/handle/10024/47179>
- Tilastokeskus. (19.2.2007). *Elämystalous yhtä suuri Suomessa ja Ruotsissa*. Haettu 8.5.2017 osoitteesta http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-02-15_005.html?s=0
- Turun yliopisto. (2017). *Mitä on tulevaisuudentutkimus?* Haettu 14.12.2017 osoitteesta <https://www.utu.fi/fi/yksikot/tva/esittely/tulevaisuudentutkimus/Sivut/home.aspx>
- Tuulaniemi, Juha. (2011). *Palvelumuotoilu*. Hämeenlinna: Talentum.
- Vanhanen, Noora. (9.11.2006). *Kirkasvalo maksaa paljon, mutta on tehokas*. Yle. Haettu 20.4.2017 osoitteesta <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2006/11/09/kirkasvalolamppu-maksaa-paljon-mutta-tehokas>
- Visit Finland. (2016). *Tilastopalvelu Rudolf - Majoitustilastot*. Haettu 28.4.2017 osoitteesta http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland__Majoitustilastot/050_matk_tau_332.px/?rxid=6618b922-2252-4041-8f67-f356d1cedce9
- Visit Finland. (15.6.2017). *Suomi kongressimaiden vertailussa Pohjoismaiden ykkönen*. Haettu 12.8.2017 osoitteesta <http://www.visitfinland.fi/news/suomi-kongressimaiden-vertailussa-pohjoismaiden-ykkonen/>

KUVALÄHTEET

- KUVA 1. Elojubilee. Osuuskauppa Suur-Savo-logo. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: [Http://www.elojubilee.fi/](http://www.elojubilee.fi/)
- KUVA 2. Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna. Original Sokos Hotels-logo. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: <https://www.sokoshotels.fi/fi/savonlinna/sokos-hotel-seurahuone-savonlinna>
- KUVA 3. Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna -facebook-sivut. Piirros Seurahuoneesta. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: https://www.facebook.com/seurahuonesavonlinna/?ref=br_rs
- KUVA 4. Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna -facebook-sivut. Kuva Seurahuoneesta. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: https://www.facebook.com/seurahuonesavonlinna/?ref=br_rs
- KUVA 5. Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna. Kabinetti Aida. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: <https://www.sokoshotels.fi/fi/savonlinna/sokos-hotel-seurahuone-savonlinna/kokous-ja-juhlat>
- KUVA 6. Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna. Kabinetti Othello. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: <https://www.sokoshotels.fi/fi/savonlinna/sokos-hotel-seurahuone-savonlinna/kokous-ja-juhlat>
- KUVA 7. Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna. Kabinetti Saimaa. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: <https://www.sokoshotels.fi/fi/savonlinna/sokos-hotel-seurahuone-savonlinna/kokous-ja-juhlat>
- KUVA 8. Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna. Kabinetti Tosca. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: <https://www.sokoshotels.fi/fi/savonlinna/sokos-hotel-seurahuone-savonlinna/kokous-ja-juhlat>
- KUVA 9. Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna. Viinikellari. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: <https://www.sokoshotels.fi/fi/savonlinna/sokos-hotel-seurahuone-savonlinna/kokous-ja-juhlat>
- KUVA 10. Sokos Hotel Seurahuone Savonlinna. Muikkuterassi [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: <https://www.sokoshotels.fi/fi/savonlinna/sokos-hotel-seurahuone-savonlinna>
- KUVA 11. The Daily Meal. Tilakuva. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: <https://www.thedailymeal.com/travel/101-best-restaurants-asia#26>
- KUVA 12. Sokos Hotel Vaakuna Pori. Kokoustila Funteeraamo. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: https://www.sokoshotels.fi/fi/pori/sokos-hotel-vaakuna-pori/kokous-ja-juhlat/kokoustila?id=475510_392887
- KUVA 13. Designrulz. Tilakuva. [Viitattu 14.12.17] Saatavissa: <https://www.designrulz.com/architecture/2013/02/smart-solution-for-working-at-home-casa-foa-by-nidolab/>

LIITE 1. Teemahaastattelupohja

Haastattelulomake: Kokouspalvelujen kehittäminen

Perustietoa

- Toimiala ja organisaation koko?
- Kuinka usein käytätte kokouspalveluita? Entä Seurahuoneen palveluita?
- Mitä kautta teette yleensä kokousvarauksen?
- Kenelle järjestätte yleisimmin kokouksia?
 - Oma henkilökunta, asiakkaat?
 - Kuinka monta osallistujaa kokouksissanne on keskimäärin?
 - Roolinne kokouksissa? kuuntelija/vetäjä
- Minkä tyyppisiä tilaisuuksia yrityksenne useimmiten järjestää?
 - koulutustilaisuus/myyntikokous tai vastaava/henkilöstötilaisuus/asiakastilaisuus/johdon kokous tms
- Kuinka kokouksenne yleensä sujuu?
 - Koostuuko kokous erilaisista osista (esim. ruokailu, tauot, virkistyshetket)?
 - Tarvitsetteko pieniä ryhmätyöskentelytiloja?

Kokousjärjestelyt ja asiakaspalvelu

Kuinka tärkeäksi koette seuraavat asiat? Arvioi 1-5 (5=todella tärkeä, 1=ei tärkeä)

Henkilöstön ammattitaito	1	2	3	4	5
Henkilöstön ystävällisyys	1	2	3	4	5
Palvelualttius	1	2	3	4	5

- Oletteko ollut tyytyväinen asiakaspalveluun?
- Onko kokoustiloihin meneminen ollut vaivatonta ja helppoa?
- Onko teille tärkeää, että kaikki palvelut löytyvät saman katon alta?

Kokoustarjoilu

- Käytättekö yleensä kokoustarjoilua?
- Vaikuttaako kokoustarjoilu kokoustamiseen? Millä tavalla?
- Millaista kokoustarjoilua toivoisitte?

Kokoustilan ilme ja välineistö

Arvioikaa kokouspalveluihin ja tiloihin liittyviä asioita asteikolla 1-5. (5=todella tärkeä, 1=ei tärkeä)

1. Tilojen viihtyvyys	1	2	3	4	5
2. Tilojen siisteys	1	2	3	4	5
3. Tilojen toimivuus	1	2	3	4	5
4. Tilojen yleisilme	1	2	3	4	5
5. Tilan varustus	1	2	3	4	5
6. Tekniikan toimivuus	1	2	3	4	5
7. Opasteet tiloihin	1	2	3	4	5
8. Autopaikotus	1	2	3	4	5

- Kuinka tärkeäksi koette tilan sisustuksen/visuaalisen ilmeen? Vaikuttaako tunnelmaan?
- Pitääkö tilassa olla jotain erityistä ja mielenkiintoista?
 - Voiko se lisätä innovatiivisuutta ja energisyyttä?
- Millaisia värejä pitäisi olla?
- Pitäisikö tilaan saada tarvittaessa musiikkia esim. taukojen ajaksi?
 - Olisiko sillä merkitystä viihtyvyyteen?
- Kaipaatteko tilaan lämmönsäätömahdollisuutta? - Olisiko sillä merkitystä viihtyvyyteen?

Kalusteet ja pintamateriaalit

- Pidätekö perinteistä kokousmallista (esim. pöytämallina diplomaatti) vai olisiko käyttöä myös luovalle huoneelle?
- Onko pintamateriaaleilla merkitystä? - Mitä toivoisitte?
- Kaipaatteko tilaan viherkasveja tai jotain muuta luonnonläheistä?

Tekniikka ja kokousvälineet

- Millaista tekniikkaa ja kokousvälineitä yrityksenne tarvitsee kokoustilassa?
- Onko tekniikka ollut toimivaa ja helppokäyttöistä?
- Kaipaisitteko uutta tekniikkaa? Millaista?

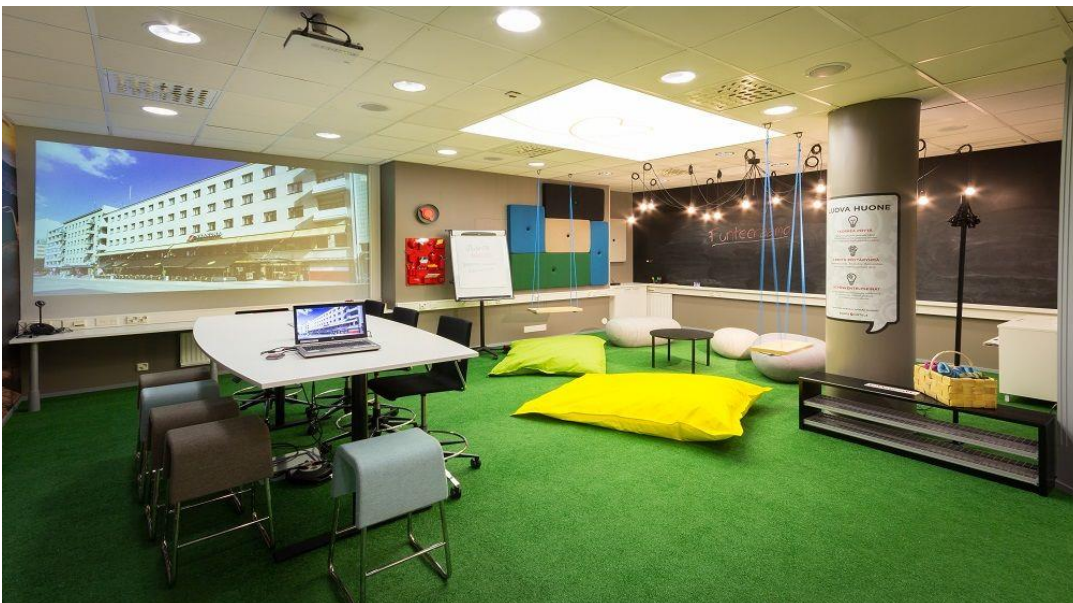
Tulevaisuuden kokous

- Mitä hyvään kokoukseen kuuluu?
- Mitä toivotte kokoustiloilta? Mikä teidän mielestänne on tärkeää tulevaisuuden kokoustilaisissa?
 - Kaipaatteko virikkeitä tai lisäpalveluita kokouksen oheen? Millaisia?
- Paljonko olisitte valmis maksamaan unelmien kokoustilasta?

LIITE 2. Tutkimuksessa käytetyt tilakuvat



KUVA 11. Kokoustila.



KUVA 12. Luova huone.



KUVA 13. Kokoustila.